



---

# **BACHELORARBEIT**

---

**Luisa Seftel**

**Zwischen Jugendfotos und bunten Lichtern.  
“*Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE*“ —  
Eine Analyse der Erfolgsaussichten der RTL-  
Gameshow**

Berlin, 2014

**BACHELORARBEIT**

---

**Zwischen Jugendfotos und bunten Lichtern.  
“Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ –  
Eine Analyse der Erfolgsaussichten der RTL -  
Gameshow**

Autorin:  
**Luisa Seftel**

Studiengang:  
**Angewandte Medien  
TV Producer/ Fernsehjournalismus**

Seminargruppe:  
**AM11wT1-B**

Erstprüfer:  
**Prof. Dr. Detlef Gwosc**

Zweitprüferin:  
**Tanja Deuerling  
Dipl. Germanistin**

Einreichung:  
**Berlin, 31.07.2014**

Faculty: Media

---

## **BACHELOR THESIS**

---

**Between pictures of Youth and colorful lights.  
“Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ —  
An analysis of the successful course  
of the *RTL* game show**

Author:

**Luisa Seftel**

Course of studies:

**Applied Media**

**TV Producer/ TV Journalism**

Seminar group:

**AM11wT1-B**

First examiner:

**Prof. Dr. Detlef Gwosc**

Second examiner:

**Tanja Deuerling**

**Dipl. Germanist**

Submission:

**Berlin, 31.07.2014**

## **Bibliografische Angaben**

Seftel, Luisa

Zwischen Jugendfotos und bunten Lichtern. "*Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE*"  
— Eine Analyse der Erfolgsaussichten der RTL-Game show

Between pictures of Youth and colorful lights. "*Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE*" – An analysis of the successful course of the *RTL* game show

54 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences, Fakultät Medien,  
Bachelorarbeit, 2014

## **Deskriptive Abstract**

Game shows gehören zu den Hauptgenres auf dem deutschen Fernsehmarkt und nehmen dort eine wichtige Position ein. Jene Unterhaltungsprogramme sind in der heutigen Zeit kaum noch wegzudenken, denn sie ermöglichen dem Zuschauer eine »Entkopplung des Alltages«. Insbesondere der Einsatz von Prominenten in Spielsendungen, die als Herausforderer gegen die Kandidaten antreten, liegt aktuell im Trend. Die Sendeverantwortlichen erhoffen sich durch den Auftritt der Stars, die Neugierde der Zuschauer zu wecken.

Anfang September 2013 stellte *RTL* eine neue Game show vor, in der die beiden Showlegenden Thomas Gottschalk und Günther Jauch gemeinsam als Team gegen ganz Deutschland in facettenreichen Quiz-, Geschicklichkeits- und Aktionsspielen wettstreiten. In der Pilotfolge konnte die Sendung hohe Zuschauerbeteiligung vorweisen, jedoch sanken die Quoten danach kontinuierlich ab.

Den Hauptgegenstand der vorliegenden Arbeit bildet die Erfolgsanalyse der Show *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE*. In diesem Kontext wird die Fragestellung analysiert, ob allein die beiden bekannten Persönlichkeiten den Erfolg der Sendung garantieren können. Um die tatsächliche Bilanz zu ermitteln, wird dafür der Quotenverlauf analysiert. Ferner werden die verwendeten Elemente der Show untersucht und eine Genreeinordnung vorgenommen, damit der interessierte Leser die Möglichkeit erhält, neue Kenntnisse zu diesem Thema zu erlangen.

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1.</b>	<b>EINLEITUNG</b>	<b>6</b>
<b>2.</b>	<b>DIE ELEMENTE DER SHOW</b>	<b>8</b>
2.1	Die Faszination an Gameshows – Eine Erläuterung	8
2.2	Die Grundidee	12
2.3	Sendeplatz und Zielgruppe	14
2.4	Beteiligte Personen	19
2.4.1	Günther Jauch	19
2.4.2	Thomas Gottschalk	22
2.4.3	Barbara Schöneberger	26
2.4.4	Kandidaten, Publikum und Gäste	32
2.5	Das Studio	35
<b>3.</b>	<b>AUSWERTUNG DER ERFOLGSANALYSE</b>	<b>40</b>
3.1	Gottschalk und Jauch — Das »Creative Package«	40
3.2	Quotenbetrachtung der Sendung im Verlauf	43
3.3	Vorwürfe am Sendekonzept, scheinbare Adaption und Konkurrenzorientierung	48
3.4	Erfolgsaussichten der Show	54

<b>4.</b>	<b>LÖSUNGSANSÄTZE</b>	<b>55</b>
<b>5.</b>	<b>SCHLUSSBETRACHTUNGEN</b>	<b>58</b>
<b>6.</b>	<b>LITERATURVERZEICHNIS</b>	<b>60</b>
<b>7.</b>	<b>EIGENSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG</b>	<b>71</b>

# 1. EINLEITUNG

Bunte Lichter und Bilder aus der Jugendzeit. So feiert RTL in seiner neuen „Event-Show“<sup>1</sup> die Wiedervereinigung zweier Deutscher Showlegenden — Thomas Gottschalk und Günther Jauch. Das angekündigte Zusammentreffen der beiden »Showgiganten« findet in einer interaktiv konzipierten Gameshow mit dem Titel: *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE* (Kurzform: *Die 2*) statt. Die Sendung wird im deutschsprachigen Raum seit dem 09.09.2013 immer montags live um 20:15 Uhr in Hürth ausgestrahlt<sup>2</sup> und dabei in einem nicht regelmäßigen Turnus<sup>3</sup> produziert.

Der Kern der Sendung: Die Hauptakteure messen sich gemeinsam als Team mit ganz Deutschland. Dabei können sowohl die Kandidaten im Studio als auch die Zuschauer vor den Fernsehern gegen das prominente Duo antreten. Der oder die Kandidat\_in, der Gottschalk und Jauch in Wissens-, Aktions- und Geschicklichkeitsspielen schlagen kann, hat die Chance auf ein Preisgeld von über 100.000 Euro.<sup>4</sup> Bislang wurden fünf Folgen der Show im Fernsehen gezeigt. Die beiden prominenten Hauptakteure verbindet auch privat eine langjährige Freundschaft, denn sie kennen sich schon seit Beginn ihrer Karrieren. Beide starteten im Radio und konnten ihre jeweilige Laufbahn später im Fernsehen fortsetzen. Unabhängig voneinander konnten sie sich auf dem Fernsehmarkt etablieren, bis heute sind sie in ganz Deutschland bekannt — Gottschalk als erfolgreicher Entertainer von *Wetten, dass..?* beim ZDF und Günther Jauch als Quizshowmaster in der RTL-Sendung *Wer wird Millionär?*. Seit September 2013, zwei Jahrzehnte nach ihrer gemeinsamen Show, stehen beide nun wieder vereint vor der Kamera. Ihre gemeinsame Gameshow wird moderiert von Barbara Schöneberger, die als „[d]ie Gute-Laune-Versicherung“<sup>5</sup> auf dem Fernsehmarkt in Deutschland gilt. Schönebergers Auftritte werden „immer [als] ein Vergnügen [...]“<sup>6</sup> eingeschätzt — die Verantwortlichen der Sendung versprechen sich vor allem von ihrem Witz und Charme einen positiven Einfluss.<sup>7</sup>

---

<sup>1</sup> RTL (Hrsg.): *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Die dritte Show* am 3. Februar 2014. In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-die-dritte-show-am-3-februar-2014-35a92-bb8c-34-1743823.html>, (aufgerufen am 28.05.14)

<sup>2</sup> vgl. Medienparks NRW (Hrsg.): *Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen ALLE*. In: <http://www.medienparks.de/de/news-archiv/items/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle.html>, (aufgerufen am 26.04.14)

<sup>3</sup> vgl. i&u TV (Hrsg.): *Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen ALLE. Rückblick*. In: <https://iutv.de/produktion/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle>, (aufgerufen am 26.04.14)

<sup>4</sup> vgl. RTL (Hrsg.): *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Die dritte Show* am 3. Februar 2014.

<sup>5</sup> Schader, Peer: *Die Gute-Laune-Versicherung*. In: *Berliner Zeitung* vom 09.09.2013

<sup>6</sup> ebd.

<sup>7</sup> vgl. ebd.

Obwohl die Pilotsendung quotentechnisch überzeugte, so drängt sich der Eindruck auf, als würde *RTL* die Unterhaltungstars mehr zelebrieren, als den Fokus auf die Wettkämpfe zu legen. Stets werden dem Zuschauer und Studiopublikum Fotografien und Filmsequenzen von Gottschalks und Jauchs Jugend präsentiert, die von den Beiden diskutiert und ausgewertet werden.

Hauptgegenstand der Arbeit ist eine Erfolgsanalyse der Sendung *Die 2*. Im Kontext dieser Analyse untersucht die Arbeit die Frage, ob allein der Auftritt von Thomas Gottschalk und Günter Jauch als prominentes Duo den Erfolg der Sendung sichern könnte. Die Produzenten der Spielsendung setzen auf die beiden „TV-Titanen“<sup>8</sup> sowie die favorisierte Moderatorin der Deutschen<sup>9</sup> und hoffen, dass durch das Trio die Einschaltquoten ansteigen. Inwieweit dieses angestrebte Ziel bisher erreicht werden konnte, soll hier geklärt werden. Zunächst wird im ersten Teil eine Einordnung des Genres vorgenommen, um dann die verwendeten Show-Elemente zu kategorisieren und analytisch zu untersuchen. Das zweite Segment betrachtet die tatsächlich Bilanz der Sendung. Hierfür dient ein grafischer Quotenverlauf als quantitative Darstellung. Es werden Meinungen aus der öffentlichen Berichterstattung herangezogen, deren qualitativen Aussagen das erzielte Ergebnis der Show reflektieren. Da die Presse der Auffassung ist, die Spielsendung würde Elemente aus anderen erfolgreichen Shows<sup>10</sup> aufgreifen, wie etwa *Schlag den Raab* und *5 gegen Jauch*, so wird dies anhand eines Vergleiches geprüft. Konkludierend ist dann der Nachweis zu erbringen, inwiefern die Adaptionen vorwürfe berechtigt sind. Im dritten Teil dient die Formulierung von Lösungsansätze dazu, eine langfristige Etablierung der Gameshow möglich zu machen. Die Umsetzung der erarbeiteten Vorschläge könnte den Erfolgskurs der Sendung vorteilhaft begünstigen.

Aufgrund der gesellschaftlichen Relevanz und umfangreichen Marketingkampagnen des Senders wurde die *Die 2* immer wieder in den Mittelpunkt der Print- und Onlinemedien gerückt. Die Urteile der Presse gegenüber der Show streben hier in

---

<sup>8</sup> Powelz, Mike: Neue RTL-Show "Die 2". Treten Sie gegen Jauch und Gottschalk an!. In: <http://www.hoerzu.de/unterhaltung/aktuelles/treten-sie-gegen-jauch-und-gottschalk-an>, (aufgerufen am 23.05.14)

<sup>9</sup> vgl. WAZ (Hrsg.): Forsa-Umfrage. TV-Moderator Markus Lanz stürzt im Sympathieranking ab. In: <http://www.derwesten.de/kultur/fernsehen/tv-moderator-markus-lanz-stuerzt-im-sympathieranking-ab-id8926154.html>, (aufgerufen am 15.05.14)

<sup>10</sup> vgl. Grzeschik, David: "Schlag den Raab" mit besseren Quoten als "DSDS". In: <http://www.quotenmeter.de/n/69062/schlag-den-raab-mit-besseren-quoten-als-dsds>, (aufgerufen am 30.05.14), sowie vgl. Sanchez, Manuel Nunez: "5 gegen Jauch" auf solidem Niveau. In: <http://www.quotenmeter.de/n/60974/5-gegen-jauch-auf-solidem-niveau>, (aufgerufen am 30.05.14), sowie vgl. Spiegel Online Kultur ((Hrsg.): "Wetten, dass..?": Auf der Zielgeraden mit Top-Quote. In: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/wetten-dass-auf-der-zielgeraden-mit-top-quote-a-796130.html>, (aufgerufen am 30.05.14)



unterschiedliche Richtungen. So stehen sich Meinungen gegenüber, welche die Sendung als „leicht verdauliche, herrlich spontane Unterhaltung“<sup>11</sup> einschätzen und kritische Stimmen, die das „lahme Konzept“<sup>12</sup> anfechten. Die vorliegende Arbeit legt dem Leser die aktuelle Entwicklung der Gameshow dar und verschafft dem interessierten Betrachter einen Einblick in diese Thematik.

## 2. DIE ELEMENTE DER SHOW

### 2.1 Die Faszination an Gameshows – Eine Erläuterung

*Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE* wurde in der ersten Live-Sendung von mehr als 6,85 Millionen Menschen im Fernsehen verfolgt.<sup>13</sup> Aufgrund dieser hohen Zahl lag der Privatsender mit seiner Spielshow weit vor der Konkurrenz und erzielte am 09.09.2013 beim Gesamtpublikum einen Marktanteil von 24,6 Prozent.<sup>14</sup> Entsprechend konnte die Gameshow sich an diesem Montagabend den Tagessieg holen. Auch die Resonanz der werberelevanten Hauptzielgruppen war an jenem Abend ab 20:15 Uhr hoch. Die folgenden Marktanteile zeigen, dass die Sendung das TV-Publikum überzeugte. Ein Marktanteil von 23,9 Prozent konnte bei den 14 - bis 49 - Jährigen erzielt werden. Bei den 14 - bis 59 - Jährigen war es ein Anteil von 24,7 Prozent.<sup>15</sup> Die Werte verdeutlichen, dass Menschen unterschiedlichen Alters sich die *Die 2* angeschaut haben. Doch warum entstand bei den Beobachtern solch eine Begeisterung und wodurch wurde diese Faszination letztendlich ausgelöst? Bevor diese beiden Fragen beantwortet werden, folgt zunächst eine Einführung in das Gameshow-Genre, damit inhaltliche Unterschiede zu anderen Fernsehgattungen erkennbar werden.

Show-Ideen wie *Schlag den Raab* oder *Das große Familienduell* sind heutzutage aus dem Fernsehen kaum noch wegzudenken. Sie nehmen einen repräsentativen Stellenwert auf dem Fernsehmarkt ein, denn „[sie] zählen zu den Hauptgenres im

---

<sup>11</sup> Schering, Sidney: Gottschalk & Jauch gegen das lahme Konzept. In: <http://www.quotenmeter.de/n/66033/gottschalk-jauch-gegen-das-lahme-konzept>, (aufgerufen am 31.05.14)

<sup>12</sup> ebd.

<sup>13</sup> vgl. Mantel, Uwe: Gefragte Wiedervereinigung. „Die 2“: Starker Einstand für Gottschalk und Jauch.

In: [http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/42511/die\\_2\\_starker\\_einstand\\_fuer\\_gottschalk\\_und\\_jauch/](http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/42511/die_2_starker_einstand_fuer_gottschalk_und_jauch/), (aufgerufen am 23.04.14)

<sup>14</sup> vgl. ebd.

<sup>15</sup> vgl. ebd.

Fernsehprogramm“.<sup>16</sup> Im Mittelpunkt dieser Sendungen stehen immer ein oder mehrere Personen, auch Kandidaten genannt, die, unterstützt von einem Showmaster, durch diverse Disziplinen geführt werden. Die Spielregeln sind vorher festgelegt und werden vor dem Beginn des Wettkampfes vom Showmaster erläutert.<sup>17</sup> Jene Regeln sind essentiell für den Sendungsablauf. Auch der Autor Hallenberger vertritt die Ansicht, dass die gesamte Show bis zum Ende des Wettbewerbes durchorganisiert ist.<sup>18</sup> Ferner bestimmt er weitere Charakteristika, die typisch für Spielshow-Genres sind.

Er ist der Auffassung, dass:

1. nur durch die Absolvierung der Wettkämpfe das Geschehnis der Gameshow vorangetrieben wird.
2. alle Spiele, die die Kandidaten während der Sendung durchlaufen, speziell für die Zuschauer organisiert sind.
3. die Inszenierungen real sind und die Kandidaten am Ende einen Preis gewinnen können.
4. es keinen vorgeschriebenen Ablauf gibt, wie sich die Teilnehmer während der einzelnen Disziplinen zu verhalten haben.
5. die gezeigte Show noch mindestens zwei weitere Folgen haben muss.<sup>19</sup>

Die Buchautoren Hallenberger und Foltin ordnen diese non-fiktionalen Programme der »Show« zu, die eine eigene Kategorie im Fernsehen einnimmt.<sup>20</sup> All diese Sendungen verfolgen ein gemeinsames Ziel: Die Unterhaltung des Publikums im Studio und der Zuschauer vor dem TV. Die Art und Weise, wie die Sendungsverantwortlichen dies realisieren, ist abhängig von konkreten Elementen, der sich die Show innerhalb der

---

<sup>16</sup> Armbruster, Stefanie; Mikos, Lothar: Innovation im Fernsehen am Beispiel von Quizshow-Formaten.

In: von Gottberg, Joachim; Mikos, Lothar; Prommer, Elizabeth et al.: Alltag, Medien und Kultur, S. 88

<sup>17</sup> vgl. Mikos, Lothar; Wulff, Hans J.: Intertextuality and situative contexts in game shows: the case of Wheel of Fortune. In: Meinhof; Ulrike H.; Smith, Jonathan: Intertextuality and the media. from genre to everyday life, S. 110

<sup>18</sup> vgl. Hallenberger, Gerd: Die Quiz- und Game-Show-Zuschauer. Anmerkungen zu den GfK-Zuschauerzahlen der 1986 von den öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten ausgestrahlten Quiz- und Game-Show-Reihen. In: DFG-Sonderforschungsbereich 240 (Hrsg.): Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien, S. 6

<sup>19</sup> vgl. ebd., S. 6

<sup>20</sup> vgl. Hallenberger, Gerd; Foltin, Hans-Friedrich: Unterhaltung durch Spiel. Quizsendungen und Game Shows des deutschen Fernsehens, S. 186

Sendezeit bedient. Faulstich versucht deshalb den Oberbegriff Show zusätzlich in fünf einzelne Subgattungen zu untergliedern, um auf inhaltliche und konzeptionelle Unterschiede hinzuweisen. Zum einen definiert er die handlungsorientierten Shows, die ihren Fokus auf Aktionsspiele legen. Zum anderen ordnet er die wissensorientierten Quizsendungen einem zweiten Subgenre zu, in denen die Intelligenz der Kandidaten durch Fragerunden und Ratespiele geprüft wird. Neben den reinen handlungs- und wissensorientierten Spielen determiniert Faulstich des Weiteren Beziehungs- und Heiratsshow mit Kennenlernspielen. Als vierte Unterkategorie benennt der Autor die Talentshows, in denen die Kandidaten ihre Begabung einer Jury vorstellen. Benefiz-Galas im Fernsehen, die Gelder von Prominenten für einen guten Zweck sammeln, wie beispielsweise zur Unterstützung der *Deutsche Krebshilfe e.V.*, kategorisiert Faulstich als Show-Sonderform.<sup>21</sup>

Anhand dieser fünf Grundtypen, die der Autor klar festlegt, treffen gleich mehrere der oben aufgeführten Kategorien für die *RTL-Show* mit Thomas Gottschalk und Günther Jauch zu. *Die 2* lassen sich sowohl dem Typ Game-, als auch der Gattung des Quizshow-Genres zuordnen. Ferner spenden Jauch und Gottschalk nach dem Erhalt des Preisgeldes ihren Gewinn an wohltätige Organisationen, sodass der Sonder-typus »Show für den guten Zweck« auch dazugezählt werden kann. Da die Sendung in erster Linie handlungsorientierte Wettkämpfe in sich birgt, ist sie primär als „[g]roße Spielshow“<sup>22</sup> zu verstehen. Es ist eine umfangreiche organisierte Sendung, „die neben dem Basisspiel reine Showelemente wie Musikdarbietungen und Talks mit Prominenten enthält“<sup>23</sup>. Da die Einschaltquote ab 20:15 Uhr besonders hoch ist und sie deshalb als favorisierte Zeit eingestuft wird<sup>24</sup>, beginnen Quiz- und Spielshows vorzugsweise in diesem Zeitrahmen.

Die Faszination der Zuschauer für diesen Sendungstyp begründet der Verfasser Faulstich damit, dass „der Reiz dieses Genres [...] in der möglichst breiten Variation des immergleichen Wettbewerbs [besteht]“<sup>25</sup>. Soll heißen, dass die Zuschauer stets einen Überraschungseffekt erleben, wenn ein neues Spiel stattfindet. Das breitgefächerte und wechselnde Angebot von Aktions-, Geschicklichkeits- und Wissensspielen ist ein möglicher Auslöser für die Faszination der Zuschauer an diesem Genre.

---

<sup>21</sup> vgl. Faulstich, Werner: Grundkurs Fernsehanalyse, S. 39

<sup>22</sup> Karstens, Eric; Schütte, Jörg: Praxishandbuch Fernsehen: Wie TV-Sender arbeiten, 2. aktualisierte Auflage, S. 183

<sup>23</sup> ebd., S. 183

<sup>24</sup> Horizont.net (Hrsg.): TV-Quoten. Gottschalk und Jauch setzen ihre Talfahrt fort. In: [http://www.horizont.net/marktdaten/tvquoten/pages/Gottschalk-und-Jauch-setzen-ihre-Talfahrt-fort\\_5909.html](http://www.horizont.net/marktdaten/tvquoten/pages/Gottschalk-und-Jauch-setzen-ihre-Talfahrt-fort_5909.html), (aufgerufen am 23.04.14)

<sup>25</sup> Faulstich, S. 39.

Ein zweiter denkbarer Grund für den Kultstatus von Gameshows ist das »Mitraten« der Zuschauer. Werden Wissens- oder Schätzfragen an die Kandidaten in der Sendung gestellt, so können die Menschen, die die Sendung mitverfolgen ihr Wissen ebenso überprüfen. Sie genießen in der Situation einen anderen Status als der Kandidat im Fernsehen. „Im Unterschied zu [denen] können sich die Zuschauer dabei nicht blamieren [...]“<sup>26</sup> Das heißt, selbst wenn sie eine Frage nicht beantworten können, haben sie nicht verloren, sondern besitzen weiterhin die Möglichkeit, die Sendung zu verfolgen. Die Fernsehsender versuchen aus diesem Zuschauerverhalten zu profitieren, indem sie den Zusehenden Interaktivität bieten. Dies äußert sich beispielsweise vor den Werbepausen. Der Showmaster liest eine Quizfrage vor und die Zuschauer können diese kostenpflichtig per SMS oder Telefonanruf beantworten. Die Beteiligung der Zuschauer wird angewendet, um das passive Medium Fernsehen zunehmend in einen aktiven Mittler umzuwandeln, so die Autoren Stolte und Haubrich.<sup>27</sup> Angebotene Geldsummen oder Reisen lösen für den Fernsehzuschauer einen Reiz aus bei Gameshows einzuschalten und an ihnen teilzunehmen.

Ferner spielt der ausgewählte Kandidat eine entscheidende Rolle für die Zuschauer vor den Fernsehapparaten. Die Zusehenden können sich mit ihm oder ihr identifizieren. Gerade weil die Herausforderer »normale« Menschen aus dem alltäglichen Leben sind, ist das ein weiterer Grund für die ausgelöste Faszination. Der Zuschauer vergleicht sich mit den Wettkämpfern in der Sendung und darüber hinaus wird „suggerier[t], dass Erfolg auch für einen Nobody möglich ist“<sup>28</sup>. Außerdem bieten Gameshows den Zuschauern die Möglichkeit, vom Alltag Abstand zu nehmen und in eine vom Fernsehen konzipierte »Welt« einzutauchen. Dieses Phänomen wird beispielsweise als „Entkopfung“<sup>29</sup> betitelt.

Spielshows sind Innovationen des Fernsehens, die von unterschiedlichen Zielgruppen verfolgt werden. Die Attraktivität an dem Show-Genre ist das abwechslungsreiche Wettkampfangebot und folglich der unterhaltende Effekt, welcher im Zentrum der Sendung steht. Laut *Focus Online* ist ein eindeutiger Gameshow-TV-Trend erkennbar, den sowohl die öffentlich-rechtlichen-, als auch die privaten TV-Sender verfolgen. Insbesondere Spielshows mit prominenten Persönlichkeiten werden favorisiert produziert.<sup>30</sup>

---

<sup>26</sup> Faulstich, S. 41

<sup>27</sup> vgl. Stolte, Dieter; Haubrich, Joachim: Wie das Fernsehen das Menschenbild verändert, S. 47

<sup>28</sup> Faulstich, S. 41

<sup>29</sup> Focus Online (Hrsg.): Medien. Löst eine Promi-Spielshow-Lawine die Castingshow-Flut ab?. In: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/medien-loest-eine-promi-spielshow-lawine-die-casting-show-flut-ab\\_aid\\_1093312.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/medien-loest-eine-promi-spielshow-lawine-die-casting-show-flut-ab_aid_1093312.html), (aufgerufen am 26.04.14)

<sup>30</sup> vgl. ebd.

## 2.2 Die Grundidee

Die *RTL-Gameshow* ist eine Kreation der Fernsehproduktionsgesellschaft *Information und Unterhaltung TV Produktion GmbH & Co. KG*, kurz *i&u TV* genannt. „[Diese] wurde im Sommer 2000 in Köln gegründet mit Günther Jauch als Alleingesellschafter, nachdem sich Gruner & Jahr aus dem Unternehmen zurückgezogen hat.“<sup>31</sup> Das *Manager Magazin* bezeichnet Günther Jauch als „Topmanager“<sup>32</sup>. Grund für die Betitelung sind Erfolgskurs und Einfluss, den er mit seiner Firma auf dem deutschen Fernsehmarkt hat und diesen folglich beherrscht.<sup>33</sup> Neben Aufträgen für den Privatsender *RTL*, realisiert *i&u TV* auch Projekte für öffentlich-rechtliche Sender, wie für das *ZDF* oder die *ARD*.<sup>34</sup>

Die *i&u TV*-Produktion *Die 2* wird mehrfach als „Event-Show“<sup>35</sup> betitelt. Das Wort kommt aus dem Englischen und bedeutet „Veranstaltung [oder] Ereignis“<sup>36</sup>. Ein möglicher Grund für diese gewählte Bezeichnung ist der Auftritt der beiden Hauptakteure. Aufgrund ihres Bekanntheitsgrades ist ihr gemeinsamer Auftritt im Fernsehen ein Ereignis für die Zuschauer. Laut *RTL* sind Jauch und Gottschalk „die größten Show-Giganten Deutschlands“<sup>37</sup>. Nun soll dieses „Dream-Team“<sup>38</sup> gegen die ganze deutsche Nation live in einer Spielshow antreten. Wer Gottschalk und Jauch schlägt, erhält den Hauptgewinn in Höhe von 100.000 Euro.<sup>39</sup> Die Sendung ist so konzipiert, dass die beiden „Publikumsliebliche“<sup>40</sup> diverse Schätz- und Quizfragen beantworten und sich darüber hinaus in aktionsorientierten Wettkämpfen gegen Deutschland behaupten müssen. Da es jedoch logistisch gesehen nicht möglich ist, die ganze Bevölkerung in einem Fernsehstudio unterzubringen, stellt ein ausgesuchtes Publikum von 500 Personen die vertretende Instanz dar. Währenddessen die Rätselteilnehmer im Studio via Abstimmungsgerät gestellte Fragen beantworten und in Aktionsspielen mittels eines Zufallsverfahren jeweils zwei Teilnehmer gegen das Duo antreten, können die Zuschauer vor dem Fernseher per kostenpflichtigen Anruf oder SMS ebenfalls teil-

---

<sup>31</sup> i&u TV (Hrsg.): Profil. In: <https://iutv.de/profil>, (aufgerufen am 26.04.14)

<sup>32</sup> Boldt, Klaus; Hage, Simon: Germany's next Topmanager. In: <http://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/a-784092-5.html>, (aufgerufen am 26.04.14)

<sup>33</sup> vgl. ebd.

<sup>34</sup> vgl. i&u TV (Hrsg.): Aktuelle Produktionen. In: <https://iutv.de/produktionen>, (aufgerufen am 26.04.14)

<sup>35</sup> RTL (Hrsg.): *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Die dritte Show* am 3. Februar 2014.

<sup>36</sup> Dudenredaktion (Hrsg.): Duden. Fremdwörterbuch 7., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Stichwort: Event. In: Wermke, Matthias; Kunkel-Razum, Kathrin; Scholze-Stubenrecht, Werner: *Der Duden in zwölf Bänden*, S. 287, Stichwort: Event

<sup>37</sup> RTL (Hrsg.): *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Die dritte Show* am 3. Februar 2014.

<sup>38</sup> ebd.

<sup>39</sup> vgl. ebd.

<sup>40</sup> i&u TV (Hrsg.): *Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen ALLE. Beschreibung*.

In: <https://iutv.de/produktion/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle>, (aufgerufen am 26.04.14)

nehmen. Zweitgenannte erwartet „eine interaktive Live-Show für die ganze Familie“<sup>41</sup>. „[U]nter allen Anrufern werden pro Frage 2000 Euro verlost.“<sup>42</sup> Für jedes gewonnene Spiel erhält entweder das Duo Gottschalk-Jauch oder das Team-Deutschland einen Punkt. Wer am Ende aus dem Publikum die meisten Fragen richtig und in kürzester Zeit beantwortet hat, spielt im Finale gegen die beiden Prominenten um 100.000 Euro. Das Endspiel wird in drei Runden untergliedert. Es gibt zuerst eine Schätz- und danach eine Wissensfrage. Für jede richtige Antwort erhält das jeweilige Team drei Punkte. Im letzten Wettkampf, *Der große Knall*, findet ein Frageduell statt. Ziel dieser Disziplin ist es, zuerst einen gelben Ballon zum Platzen zu bringen. „Es kommt auf Wissen und Glück an“<sup>43</sup>, so *RTL*. Barbara Schöneberger stellt dem Kandidaten und dem Team Gottschalk-Jauch Behauptungen vor, die entweder wahr oder unwahr sind. Wer als erstes glaubt, die richtige Antwort zu kennen, betätigt seinen schwarzen Buzzer. Derjenige, der hier schneller ist und richtig antwortet, bekommt zehn Sekunden Luft in den Ballon gepumpt. Bei falscher Antwort wird eine neue Behauptungsfrage gestellt. Zusätzlich besitzen beide Teams einen Joker, den sie individuell im Spiel einsetzen können. Abhängig von ihren bisher erspielten Punkten, können die Wettkämpfer zusätzlich Luft in den Ballon pumpen lassen. So erhält der Herausforderer beispielsweise für acht erspielte Punkte acht Sekunden extra Luft. Die Showmasterin testet das Wissen der drei Akteure so lange, bis der Ballon explodiert. Bei wem dies zuerst geschieht, gewinnt das Finale und erhält ein Preisgeld von 100.000 Euro.

Sollten die beiden Stars das Geld gewinnen, spenden Jauch und Gottschalk diese Summe an *Die Arche – Christliches Kinder- und Jugendwerk e.V.* in Potsdam und an den *berliner STARThilfe e.V.*. *Die Arche* bietet sozial benachteiligten Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit, in ihrer Tagesstätte unterzukommen, wo ihnen diverse Freizeitangebote oder auch Unterstützung bei Hausaufgaben angeboten werden. Der *berliner STARThilfe e.V.* hilft Menschen mit Lernschwierigkeiten oder psychosozialen Problemen ihr Leben selbstbestimmter zu führen.<sup>44</sup> Mittels der Finanzierung beider Fernsehprominenten werden die Projekte der genannten Vereine weiterhin subventioniert.

---

<sup>41</sup> RTL (Hrsg.): Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Die dritte Show am 3. Februar 2014.

<sup>42</sup> i&u TV (Hrsg.): Die 2 – Gottschalk und Jauch gegen ALLE. Beschreibung.

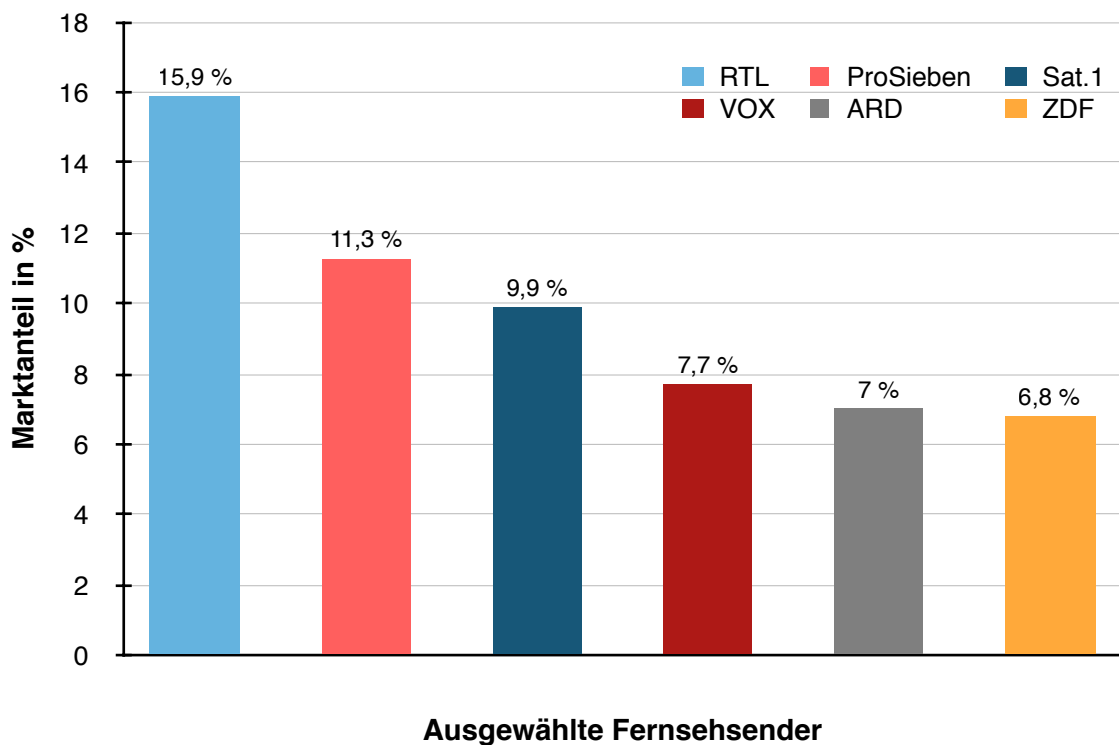
<sup>43</sup> RTL (Hrsg.): Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Show-Giganten verlieren im Finale. In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-show-giganten-verlieren-im-finale-35a92-bb8c-12-1658392.html>, (aufgerufen am 03.05.14)

<sup>44</sup> vgl. RTL (Hrsg.): Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Die Spendenziele. In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-die-spendenziele-38d08-bb8c-21-1832252.html>, (aufgerufen am 04.05.14)

## 2.3 Sendeplatz und Zielgruppe

Die Pilotsendung war „[d]ie zuschauerstärkste RTL-Show des Jahres [...]“<sup>45</sup>. Am Abend des 09.09.2013 schauten 6,89 Millionen Zuschauer zu - ein Marktanteil von 24,6 Prozent.<sup>46</sup> RTL bleibt mit dieser und weiteren marktführenden Sendungen, wie *Wer wird Millionär?* oder *Deutschland sucht den Superstar*, auf Erfolgskurs. Allein im Jahr 2012 lag der Sender mit einem Marktanteil von 15,9 Prozent bei der jüngeren Zielgruppe (14 bis 49 Jahre) weit vor der privaten Konkurrenz, wie *ProSieben* (11,3 Prozent) und *Sat.1* mit 9,9 Prozent (siehe Abbildung 1).

**Abbildung 1:** Prozentualer Marktanteil ausgewählter Deutscher Fernsehsender des Jahres 2012 bei der Zielgruppe 14 bis 59 Jahre



Quelle: In Anlehnung an *RTL Kommunikation*<sup>47</sup>

Der Sender schreibt: „[Wir sind] die klare Nummer eins bei den 14 - bis 59 - jährigen Zuschauern.“<sup>48</sup> Betrachtet man das oben stehende Diagramm so wird deutlich, dass

<sup>45</sup> RTL Kommunikation (Hrsg.): Zuschauermarkt. RTL ist die klare Nummer eins bei den 14- bis 59-jährigen Zuschauern. In: [http://kommunikation.rtl.de/de/pub/unternehmen/i198\\_1.cfm](http://kommunikation.rtl.de/de/pub/unternehmen/i198_1.cfm), (aufgerufen am 05.05.14)

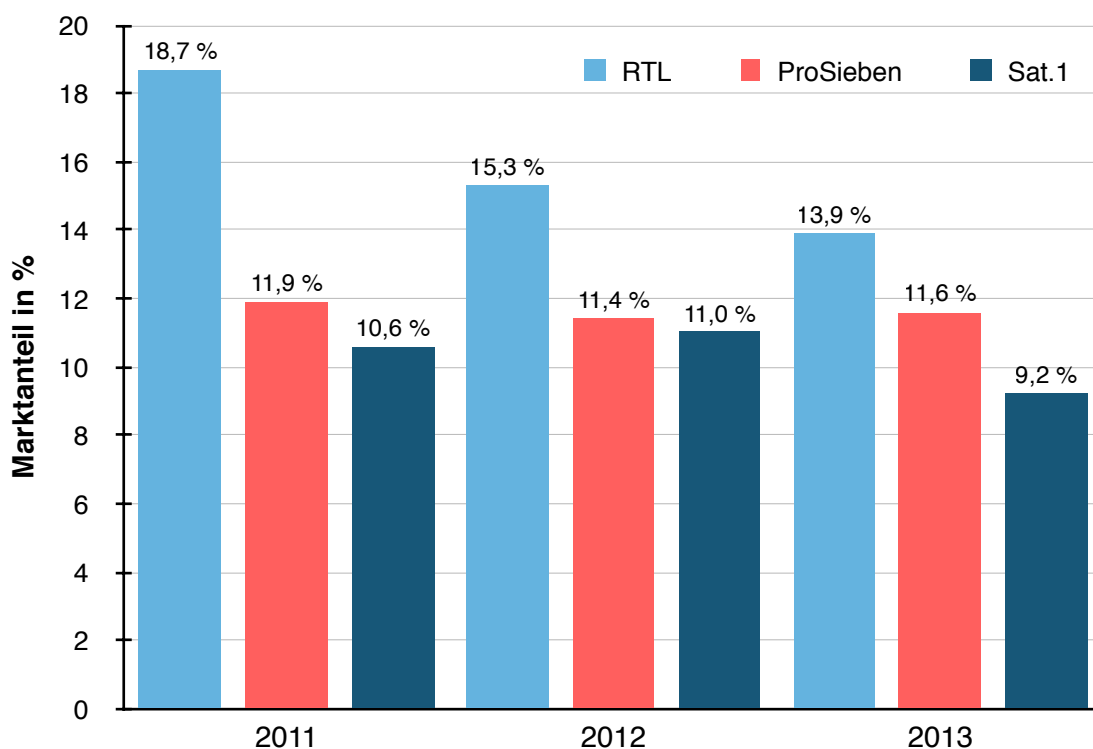
<sup>46</sup> vgl. ebd.

<sup>47</sup> ebd.

<sup>48</sup> ebd.

selbst die öffentlich-rechtlichen Sender, *ARD* mit 7,0 Prozent und das *ZDF* mit 6,8 Prozent, 2012 keine annähernden Anteile erzielen konnten. Jedoch ist eine tendenzielle Abnahme der Einschaltquoten im darauffolgenden Jahr 2013 festzustellen. Dies liegt vor allem an der stetigen Veränderung des Fernsehmarktes. Im 21. Jahrhundert nimmt die Nutzung via Internet stetig zu, sodass zunehmend mehr Menschen neue mediale Kanäle nutzen, um ihre Fernseh-Bedürfnisse zu befriedigen. Ferner trägt der Prozess der Digitalisierung dazu bei, dass sich die Verhaltensweisen und die Art Fernsehen zu schauen, grundlegend durch diesen technischen Fortschritt verändert haben.<sup>49</sup> Mit nur noch 13,9 Prozent lag *RTL* 2013 vor dem Sender *Sat.1* (9,5 Prozent) und *ProSieben* (8,8 Prozent).<sup>50</sup> Im Vergleich zu dem Marktanteil von 2011 (18,7 Prozent), musste der Sender der *Mediengruppe RTL Deutschland* 2013 deutlichen Publikumsverlust erfahren, wie Abbildung 2 verdeutlicht.

**Abbildung 2:** Übersicht der Marktanteile (in Prozent) führender Deutscher Privatsender von 2011 bis 2013 bei der Zielgruppe 14 bis 49 Jahre



Quelle: *statista.com*<sup>51</sup>

<sup>49</sup> vgl. Karstens, Eric; Schütte, Jörg: *Praxishandbuch Fernsehen: Wie TV-Sender arbeiten*, 3. Auflage, S. 395

<sup>50</sup> vgl. Brandt, Mathias: *RTL auf dem absteigendem Ast*. In: <http://de.statista.com/infografik/1145/marktanteile-der-fuehrenden-privatsender/>, (aufgerufen am 07.05.14)

<sup>51</sup> ebd.



Diesen Rückgang bestätigte auch der aktuelle Chef des Senders, Frank Hoffmann: „Das Hochhaus RTL wurde um das Penthouse gekürzt.“<sup>52</sup> Allerdings kann sein Kommentar, der in Deutschland für Aufsehen gesorgt hat<sup>53</sup>, als Kritik „auf hohem Niveau“<sup>54</sup> eingeschätzt werden. Denn man darf nicht außer Acht lassen, dass der Sender trotz der Zuschauerverluste weiterhin Marktführer in der deutschen Fernsehlandschaft ist. Allerdings wirkt sich der demographische Wandel auch auf das Zielpublikum aus, das zunehmend älter wird. Ein durchschnittlicher *RTL*-Zuschauer ist 47 Jahre alt.<sup>55</sup> Aufgrund der derzeitigen Situation in Deutschland hatte *RTL* im März 2013 seine Präferenzgrenze von 14 bis 49 Jahre auf 59 Jahre erweitert. Michel Martin, der Geschäftsführer von *Sky Media Network* begründete diese Änderung wie folgt: „Aufgrund des demographischen Wandels, verliert die [derzeitige] Zielgruppe [...] ihre Referenzgröße für den Leistungsvergleich [...]. Aktuell gehören nur noch 44 Prozent der Bevölkerung dieser Altersgruppe an [...].“<sup>56</sup> Diese neue Festlegung, soll nun die Realität der Fernsehkonsumenten in Deutschland vorteilhafter widerspiegeln. „Ältere Menschen sind heute konsumfreudiger und aufgeschlossener gegenüber neuen Produkten und Marken. Sie sind deshalb längst zu einer attraktiven, werberelevanten Zielgruppe geworden.“<sup>57</sup> Doch wie kann ein Sender wie *RTL* einen so hohen Marktanteil und Zuschauerzahlen besitzen? Selbst die ausgestrahlte Fußball-Europameisterschaft auf den öffentlich-rechtlichen Kanälen im Jahre 2012, erzielte beim Privatsender keine Einbrüche im Gesamtmarktanteil. Stattdessen lag sein Jahresmarktanteil gleichauf mit der *ARD* (12,3 Prozent), während das *ZDF* einen Anteil von 12,6 Prozent vorweisen konnte.<sup>58</sup>

Der Grund für die stetig hohen Zuschauerzahlen: *RTL* „polarisiert“<sup>59</sup> und wird von der öffentlichen Berichterstattung oft als „Voyeurismus-Fernsehen“<sup>60</sup> und

---

<sup>52</sup> Horbelt, Benjamin: RTL-Chef Hoffmann: „Können keine Hits auf dem Reißbrett entwickeln“. In: <http://www.quotenmeter.de/n/64937/rtl-chef-hoffmann-koennen-keine-hits-auf-dem-reissbrett-entwickeln>, (aufgerufen am 05.05.14)

<sup>53</sup> vgl. ebd.

<sup>54</sup> Horbelt

<sup>55</sup> vgl. Siebenhaar, Peter: Das große Umschalten. In: Handelsblatt. Nr. 27/2013

<sup>56</sup> Krei, Alexander: Chaos nach RTL-Umstellung. Streit um die Zielgruppe: Bringt 14-59 die Lösung?. In: [http://www.dwld.de/magazin/39866/streit\\_um\\_die\\_zielgruppe\\_bringt\\_1459\\_die\\_loesung/](http://www.dwld.de/magazin/39866/streit_um_die_zielgruppe_bringt_1459_die_loesung/), (aufgerufen am 05.05.14)

<sup>57</sup> ebd.

<sup>58</sup> vgl. RTL Kommunikation

<sup>59</sup> WAZ (Hrsg.): RTL polarisiert mit "Babyboom" - 30 Kameras filmen Geburten im Kreissaal. In: <http://www.derwesten.de/kultur/fernsehen/rtl-polarisiert-mit-babyboom-30-kameras-filmen-geburten-im-kreissaal-id7654261.html>, (aufgerufen am 05.05.14)

<sup>60</sup> Buß, Christian; Zinser, Daniela: Voyeurismus-Fernsehen: Öffnen Sie dieser Frau nie die Tür!. In: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/voyeurismus-fernsehen-oeffnen-sie-dieser-frau-nie-die-tuer-a-775332.html>, (aufgerufen am 05.05.14)

„Schmuddel-TV“<sup>61</sup> kritisiert. Für den Sender ist das Zeigen von Emotionen und die Privatsphäre anderer ein anderer Weg, seine Zuschauer vor dem Fernseher zu begeistern. „[Denn] Neugier auf das Leben und Verhalten der Anderen sind wichtige Sehmotivationen.“<sup>62</sup> Der ehemalige Programmdirektor von *RTL* (damals noch *RTL plus*), Helmut Thoma, bestätigt in einem Vortrag an der Ruhr-Universität Bochum, „[d]aß das Programm von *RTL* bereits von Anfang an nicht nur als erfrischend, sondern manchmal als erschreckend anders empfunden wurde [...]“.<sup>63</sup> Damals war es die Sendung *Tutti frutti* mit dem ersten erotischen Programm. Heute sind es Reality-Shows, wie *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus!*, die die Zuschauer zum Einschalten bewegen. Die Mehrheit der Sendungen sind keine sendeinternen Innovationen. Es handelt sich vorrangig um gekaufte Lizenzen aus anderen Ländern, die die TV-Produzenten dem deutschen Fernsehmarkt entsprechend anpassen.<sup>64</sup> *Wer wird Millionär?* ist zum Beispiel genau so ein Format, dessen Original *Who Wants to Be a Millionaire?* ursprünglich aus Großbritannien stammt.

Damit Lizenzkäufe von Fernsehideen weiterhin möglich bleiben, muss *RTL* Einnahmen über Werbung, kostenpflichtige Telefonanrufe oder SMS erzielen. Doch Werbung allein trägt nicht mehr die Finanzierung des Senders. Der frühere Chef des Kölner Senders, Helmut Thoma, äußerte sich diesbezüglich: „Die Gewinnerwartungen der Investoren sind so ehrgeizig, dass Fernsehwerbung als Einnahmequelle längst nicht mehr reicht.“<sup>65</sup> Zunehmend erlangt der Fernsehsender die Gelder über kostenpflichtige Telefonanrufe.<sup>66</sup> In der Gameshow *Die 2* läuft es genauso ab. Hier animiert die Show die Zuschauer dazu, interaktiv während der Sendung per Telefon oder via Handy mitzuraten. Durch die gebührenpflichtigen Handlungen der Zuschauer nimmt der Sender Geld ein. Auf Basis dieses Schemas und der zusätzlichen hohen Werbeeinnahmen im deutschen Fernsehen, konnte die *RTL-Group*, größter Unterhaltungskonzern Europas, 2013 einen Umsatz von über 1,3 Milliarden Euro

---

<sup>61</sup> Antonioni, Marina: RTL-Show als Forschungsobjekt. Wissenschaftler prophezeit den Dschungel-König. In: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/dschungelcamp/rtl-show-als-forschungsobjekt-wissenschaftler-prophezeit-den-dschungel-koenig\\_id\\_3542150.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/dschungelcamp/rtl-show-als-forschungsobjekt-wissenschaftler-prophezeit-den-dschungel-koenig_id_3542150.html), (aufgerufen am 05.05.14)

<sup>62</sup> Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein (Hrsg.): Schein & Sein. Modul 1. Die Faszination von Reality-TV. Aneignung von Realität, S. 4

<sup>63</sup> Thoma, Helmut: Vollprogramm-Sender. RTL, Köln. Geschichte des Senders, Gesellschafter, Marktanteile, Werbemarkt. In: Fischer, Heinz-Dietrich; Jubin, Olaf (Hrsg.): Privatfernsehen in Deutschland. Konzepte, Konkurrenten, Kontroversen., S. 70

<sup>64</sup> vgl. HNA.de (Hrsg.): Wieso RTL mit dem Dschungel so erfolgreich ist. In: <http://www.hna.de/nachrichten/leute/fernsehen/wieso-dschungel-erfolgreich-1097154.html>, (aufgerufen am 05.05.14)

<sup>65</sup> Dowideit, Anette; Fuest, Benedikt: Der Grund, warum Fernsehen immer schlechter wird. In: <http://www.welt.de/wirtschaft/article125445057/Der-Grund-warum-Fernsehen-immer-schlechter-wird.html>, (aufgerufen am: 05.05.14)

<sup>66</sup> vgl. ebd.

erzielen.<sup>67</sup> „Großen Anteil an der Ertragskraft hat [das zur RTL-Group gehörende Unternehmen, die Mediengruppe RTL Deutschland,] [...] [welches] [...] mit einem Zuwachs von 22,9 Prozent auf 134 Millionen Euro bei[trug].“<sup>68</sup> Die Sendegruppe *RTL-Deutschland* hat also aufgrund der hohen Akzeptanz auf dem Fernsehmarkt maßgeblich für die Umsatzsteigerung beigesteuert. Dies hat eine positive Wirkung auf alle Sender, die zu diesem „führenden Medienunternehmen in Deutschland“<sup>69</sup> gehören. *RTL* profitiert insofern davon, dass er der ertragreichste Sender des Landes ist.<sup>70</sup> Mit der Vorraussetzung auf dem „erfolgreichste[n]“<sup>71</sup> Sendeplatz zu sein, startet die Gameshow mit dem angepriesenen „Traum-Duo“<sup>72</sup> Thomas Gottschalk und Günther Jauch. Die Sendung findet zur „besten Sendezeit“<sup>73</sup>, also um 20:15 Uhr, statt. Da der Privatsender seine Hauptzielgruppe (14 - bis 59 - Jährigen) neu definiert hat, konnte der Sender, aufgrund dieser Umorientierung, für die Pilotfolge einen Marktanteil von 24,7 Prozent erreichen.<sup>74</sup> Dies zeigt, dass sich die Sendung „für die ganze Familie“<sup>75</sup> eignet. Sowohl den jüngeren Fernsehkonsumenten, als auch die älteren Zuschauer sagte die Spielshow, laut Marktanteil<sup>76</sup>, zu.

---

<sup>67</sup> vgl. Handelsblatt (Hrsg.): Werbefernsehsender. RTL Group steigert immens seinen Umsatz. In: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/werbefernsehsender-rtl-group-steigert-immens-seinen-umsatz/8215452.html>, (aufgerufen am 06.05.14)

<sup>68</sup> ebd.

<sup>69</sup> Mediengruppe RTL Deutschland: Willkommen bei der Mediengruppe RTL Deutschland. In: <http://www.mediengruppe-rtl.de/de/pub/startseite.cfm>, (aufgerufen am 04.05.14)

<sup>70</sup> vgl. Spick Mich: Der erfolgreichste deutsche Sender ist....

In: <http://www.spickmich.de/news/201201010900-der-erfolgreichste-deutsche-sender-ist>, (aufgerufen am 04.05.14)

<sup>71</sup> ebd.

<sup>72</sup> Focus Online (Hrsg.): Traum-Duo für RTL. Jauch und Gottschalk machen wieder gemeinsame Sache. In: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/traum-duo-fuer-rtl-jauch-und-gottschalk-machen-wieder-gemeinsame-sache\\_aid\\_995777.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/traum-duo-fuer-rtl-jauch-und-gottschalk-machen-wieder-gemeinsame-sache_aid_995777.html), (aufgerufen am 06.05.14)

<sup>73</sup> horizont.net (Hrsg.): TV-Quoten. Gottschalk und Jauch setzen ihre Talfahrt fort.

<sup>74</sup> vgl. RTL Kommunikation

<sup>75</sup> RTL (Hrsg.): Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Die dritte Show am 3. Februar 2014.

<sup>76</sup> vgl. Mantel

## 2.4 Beteiligte Personen

### 2.4.1 Günther Jauch

Günther Jauch bildet mit seinem Kollegen den prominente Mittelpunkt der Gameshow. Doch was für ein Mensch steckt hinter der Person Jauch? Um „das Phänomen des Everybody's darling“<sup>77</sup> zu verstehen, folgt nun ein biografischer Einblick in diesem Kapitel. Dabei wird hier insbesondere auf die prägnantesten Eckdaten eingegangen, die maßgeblich für die Manifestation zum „Quotenkönig“<sup>78</sup> und „beliebteste[n] Deutsche[n]“<sup>79</sup> beigetragen haben.

Jauch wird von der Presse mehrheitlich als ein Mann beschrieben, „der ohne Ausnahme ausschließlich mit guter Arbeit glänzt [...]“<sup>80</sup>. Auf dem Privatsender *RTL* ist er bei *Wer wird Millionär?* als „Verunsicherer und Spannungsantreiber“<sup>81</sup> in seiner Rolle als Quizmaster bekannt. Im *ARD*-Politiktalk gibt er sich als der ernste Moderator und vermittelndes Element zwischen den politischen Gästen. Jauch präsentiert sich als facettenreiche Person in der Fernsehlandschaft. Sein Talent für Improvisation beweist er beispielsweise im Jahre 1998. Beim sogenannten Torfall von Madrid überbrückte Jauch mit seinem Kollegen Marcel Reif 76 Minuten lang das unterbrochene Halbfinale der Champions-League zwischen *Borussia Dortmund* und *Real Madrid* aufgrund eines defekten Tores.<sup>82</sup> Mit Sätzen wie: „Für alle die, die nicht rechtzeitig eingeschaltet haben, Sie haben etwas verpasst: Das erste Tor ist schon gefallen! Unmittelbar vor Spielbeginn [...]“<sup>83</sup>, hielten die Sportkommentatoren mehr als zehn Millionen Zuschauer an jenem 1. April vor dem Fernseher. Angesichts dessen nahmen Beide im selben Jahr für diese Leistung den *Bayerischen Fernsehpreis* entgegen.<sup>84</sup> Neben seinen Tätigkeiten als Journalist, Produzent, Show- und Quizmaster kann Jauch auch

---

<sup>77</sup> Gassner, Laura: Günther Jauch – das Phänomen des Everybody's darling. In: <http://backview.eu/guenter-jauch-das-phaenomen-des-everybodys-darling/>, (aufgerufen am: 09.05.14)

<sup>78</sup> media.net berlinbrandenburg (Hrsg.): 31. mediengipfel: Der Alleskönner - Politiktalker. Quotenkönig. Erfolgsproduzent.

In: [http://www.medianet-bb.de/EN/id364aid220o0\\_rueckschau.html](http://www.medianet-bb.de/EN/id364aid220o0_rueckschau.html), (aufgerufen am 09.05.14)

<sup>79</sup> Freytag, Bernd: Der beliebteste Deutsche. Günther Jauch wird Winzer. In: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/der-beliebteste-deutsche-guenter-jauch-wird-winzer-1939025.html>, (aufgerufen am 09.05.14)

<sup>80</sup> Gassner

<sup>81</sup> Armbruster; Mikos, S. 136

<sup>82</sup> WDR (Hrsg.): 1. April 1998 - Der "Torfall von Madrid". "Das glaubt uns kein Mensch".

In: <http://www1.wdr.de/themen/archiv/stichtag/stichtag7378.html>, (aufgerufen am 08.05.14)

<sup>83</sup> ebd.

<sup>84</sup> vgl. DasErste.de (Hrsg.): Über Günther Jauch. In: <http://daserste.ndr.de/guenterjauch/guenter-jauch/>, (aufgerufen am 09.05.14)

privat „einen skandalfreien Lebenslauf vorweisen“<sup>85</sup>.

Kurz nach seinem Abitur begann Jauch ein Jurastudium in Berlin und bewarb sich zeitgleich an der *DJS (Die Deutsche Journalistenschule)* in München. Nachdem er dort angenommen wurde, brach er daraufhin das Studium ab.<sup>86</sup> Im Jahre 1975 beendete er die Journalistenausbildung und war mit seinen erst 19 Jahren der jüngste Absolvent der *DJS*-Einrichtung.<sup>87</sup> Später startete Jauch einen zweiten Studienanlauf, diesmal für Neuere Geschichte und Politik an der *Ludwig Maximilian-Universität München*. Parallel zum Studium begann der Student seine Karriere als freier Mitarbeiter beim *Bayrischen Rundfunk (BR)*, für den er als Sportmoderator tätig war. Vier Semester lang arbeitete Jauch beim Radio und übernahm in dieser Zeit die späten Sendungen und die an den Wochenenden.<sup>88</sup>

Doch der »Spagat« zwischen den beiden Tätigkeiten Radio und Studium fiel Jauch zunehmend schwerer. Er selbst sagt in einem Interview mit *Spiegel Online* rückblickend auf diese Zeit: „Ein geregeltes Studium war nicht mehr möglich, und ich musste die Doppelbelastung beenden. Im Nachhinein bin ich froh, mich für den Beruf entschieden zu haben.“<sup>89</sup> Die Entscheidung kam Jauch zugute: 1985 moderierte er mit seinem Kollegen und Freund, Thomas Gottschalk, die *B3-Radioshow*.<sup>90</sup> Der *BR* realisierte ihm des Weiteren den Schritt ins Fernsehen. Jauch führte durch diverse Sendungen und Shows, wie beispielsweise *Live aus Alabama*, eine Sendung für Jugendliche. *Das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF)* wurde aufgrund seiner TV-Aktivitäten auf ihn aufmerksam und ermöglichte ihm neue Möglichkeiten zur Moderation von Sendungen, wie *Das aktuelle Sportstudio* oder *Menschen*. Mit Thomas Gottschalk moderierte er zusammen *Die große Show der Achtziger*. 1989 wechselte der erfahrene Fernsehmoderator zum Privatsender *RTL* für das Magazin *stern TV*. Nur ein Jahr später war er zugleich die führende Instanz für das Fernsehmagazin.<sup>91</sup> Als Chefredakteur engagierte sich Günther Jauch von 1992 bis 1994 aktiv für die Sendung, sodass diese „einen Marktanteil von bis zu 25 Prozent [erzielen konnte]“<sup>92</sup>.

---

<sup>85</sup> Armbruster; Mikos, S. 134

<sup>86</sup> vgl. Hielscher, Henryk: Studienabbrecher Günther Jauch: Das ganze Leben ist ein Quiz. In: <http://www.spiegel.de/unispiegel/studium/studienabbrecher-guenther-jauch-das-ganze-leben-ist-ein-quiz-a-348727.html>, (aufgerufen am 09.05.14)

<sup>87</sup> vgl. Who's Who (Hrsg.): Günther Jauch. Biografie. In: [http://www.whoswho.de/templ/te\\_bio.php?PID=629&RID=1](http://www.whoswho.de/templ/te_bio.php?PID=629&RID=1), (aufgerufen am 09.05.14)

<sup>88</sup> vgl. Hielscher

<sup>89</sup> Spiegel Online (Hrsg.): Uni-Aussteiger: Prominente Abbrecher aus der Medienwelt. In: <http://www.spiegel.de/fotostrecke/uni-aussteiger-prominente-abbrecher-aus-der-medienwelt-fotostrecke-7730-3.html>, (aufgerufen am 09.05.14)

<sup>90</sup> vgl. Armbruster; Mikos, S. 134

<sup>91</sup> vgl. ebd., S. 134

<sup>92</sup> Who's Who (Hrsg.): Günther Jauch. Biografie.

Doch seine wohl bekannteste Sendung ist das Quizshow-Format *Wer wird Millionär?*, in der er seit 1999 Kandidaten zu sich einlädt.<sup>93</sup>

Sein Werdegang macht deutlich, dass Günther Jauch sich sowohl im Unterhaltungsgeschäft des Fernsehens, als auch im Bereich des „seriösen Journalismus“<sup>94</sup> etablierte. Gerade deshalb liefert sich die Presse um die Person Jauch einen regen Meinungsaustausch. Grund dafür sind die unterschiedlichen Auffassungen hinsichtlich Jauchs beruflicher Ausrichtung. Insgesamt können drei verschiedene Denkweisen zu Günther Jauch ausgearbeitet werden. Der Redakteur Reents von der *Frankfurter Allgemeine Zeitung* sieht ihn, trotz seiner Arbeit im Unterhaltungsgenre, als einen Moderator mit dem „Image des seriösen Qualitätsjournalisten“<sup>95</sup> an. Dies bestätigt auch der Journalist Krömer von der *Süddeutschen Zeitung*, der ihn ebenfalls als „seriös“<sup>96</sup> charakterisiert. Für Keil von der *Süddeutschen Zeitung* ist Jauch hingegen der „Frontmann der Unterhaltung“<sup>97</sup> und somit ein Experte auf diesem Gebiet. Später formuliert er: „Der unterhaltende Journalist [...] wurde zum journalistischen Unterhalter.“<sup>98</sup> In einem Interviewgespräch gibt Jauch zu, dass er sich von Thomas Gottschalk habe zum TV-Genre der Belustigung locken lassen habe. Er bezeichnet seinen Kollegen Gottschalk deshalb als Mephisto.<sup>99</sup> Ansonsten, so Jauch, wäre er wohl „beinahe beim ‚heute-journal‘ gelandet“<sup>100</sup>. In diesem Diskurs unterstützt Krömer auch Hanefeld von der *Frankfurter Allgemeine*. Jauch könne, so der Publizist, „so gut unterhalten, wie informieren“<sup>101</sup>. Dessen ungeachtet sehen die Buchautoren Armbruster und Mikros den geborenen Münsteraner als „Verirrte[n] im Showgeschäft“.<sup>102</sup> Auch Keil bestätigt, dass er ein „befremdliche[s]“<sup>103</sup> Gefühl verspürt, wenn er Jauch im TV fungieren sieht. Doch dies ist „[s]ein Erfolgsgeheimnis“, so Pramstaller. „[Jauch kann] auf so perfide Art uneitel wirk[en], als gehöre er eigentlich gar nichts ins Fernsehen“, erklärt er das Phänomen.<sup>104</sup> Resümierend kann man anhand dieser Diskursfragmente feststellen, dass der Fernsehprominente Jauch, aufgrund seiner Arbeiten bei diversen Sendern,

---

<sup>93</sup> vgl. ebd.

<sup>94</sup> Armbruster; Mikos, S. 134

<sup>95</sup> Reents, Edo: Qualität kommt von quälen. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 30.05.2001

<sup>96</sup> Krömer, Dirk: Beim Raten entdeckt. In: *Süddeutsche Zeitung* vom 21.12.2000

<sup>97</sup> Keil, Christopher: Die Quotenfrucht. In: *Süddeutsche Zeitung* vom 08.09.1999

<sup>98</sup> Keil, Christopher: Der Verdichter In: *Süddeutsche Zeitung* vom 13.11.2004

<sup>99</sup> vgl. Keil, Christopher: Der Verdichter.

<sup>100</sup> ebd.

<sup>101</sup> Hanefeld, Michael: Der Terminator kehrt zurück. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 08.09.2001

<sup>102</sup> Armbruster; Mikos, S. 134

<sup>103</sup> Keil, Christopher: Die Quotenfrucht.

<sup>104</sup> Pramstaller, Christopher: Das Phänomen Günther Jauch. Deutschlands Fernseh-Präsident. In: <http://www.sueddeutsche.de/medien/das-phaenomen-guenther-jauch-deutschlands-fernseh-praesident-1.1274003>, (aufgerufen am 11.05.14)

als ein „seriös[er]“<sup>105</sup> Journalist mit Unterhaltungscharakter eingeschätzt werden kann. Aber wie kann Jauch einen solchen Erfolg bei seinen Zuschauern realisieren? Gassner vertritt den Standpunkt, dass Jauch, aufgrund seiner menschlichen Art „[d]er freundliche Mann von Nebenan [ist]“<sup>106</sup>. Dass dieser von den Fernsehsehenden so viel Sympathie erhält, dass er gar als „Deutschlands Fernseh-Präsident“<sup>107</sup> bezeichnet wird, begründet die Journalistin wie folgt: „Er ist ein Mensch wie Du und Ich.“<sup>108</sup>

Aufgrund seines Verhaltens vermittelt Jauch seinen Zuschauern nicht das Gefühl, dass sie weniger wert seien. Dies würde bei den Menschen Bedenken und Misstrauen auslösen, schlussfolgert sie. Da man den Showmaster jedoch „sympathisch“<sup>109</sup> findet, nimmt man ihm auch den damaligen „Boulevardjournalismus bei *Stern* [sic] *TV* [nicht] übel“<sup>110</sup>. Günther Jauch versteht es, die Zuschauer mit seiner menschlichen Art zu begeistern und im Gegenzug beschreiben sie ihn mit den Worten: „Der ist [...] total nett [...]“<sup>111</sup>. Als „Familienmensch“<sup>112</sup> und intelligenter Sympathieträger bringt er Charaktereigenschaften mit, die sich in eine Gameshow optimal einbinden lassen können.

## 2.4.2 Thomas Gottschalk

„Wallende blonde Locken, exzentrische Klamotten und immer ein breites Lächeln im Gesicht: Das sind die unverkennbaren Markenzeichen von Moderator Thomas Gottschalk.“<sup>113</sup> Ein Mann, der von anderen „Menschenflüsterer für Millionen“<sup>114</sup> genannt wird. *ARD*-Zuschauer wählen ihn 2011 in der Sendung *Die beliebtesten Showmaster der Deutschen* via Internetabstimmung zum eindeutigen Sieger dieses Wettbewerbes. Den zweiten Platz erhielt sein Freund und Kollege Günther Jauch.<sup>115</sup> Mit seinen

---

<sup>105</sup> Krömer

<sup>106</sup> Gassner

<sup>107</sup> Pramstaller

<sup>108</sup> Gassner

<sup>109</sup> Wolfsburger Allgemeine Zeitung (Hrsg.): „Günther Jauch ist sehr sympathisch“.

In: <http://www.waz-online.de/Wolfsburg/Wolfsburg/Stadt-Wolfsburg/Guenther-Jauch-ist-sehr-sympathisch>, (aufgerufen am 11.05.14)

<sup>110</sup> Pramstaller

<sup>111</sup> Ehrich, Lars Peter: Wer Wird Millionär. Itzehoer Erfolg bei Günther Jauch.

In: <http://www.shz.de/lokales/norddeutsche-rundschau/itzehoer-erfolg-bei-guenther-jauch-id5550576.html>, (aufgerufen am 11.05.14)

<sup>112</sup> Pramstaller

<sup>113</sup> [express.de](http://www.express.de) (Hrsg.): ARD Zuschauer haben gewählt. Gottschalk ist Deutschlands beliebtester Showmaster. In: <http://www.express.de/promi-show/ard-zuschauer-haben-gewählt-gottschalk-ist-deutschlands-beliebtester-showmaster,2186,11215050.html>, (aufgerufen am 13.05.14)

<sup>114</sup> Rottmann, Kerstin: Menschenflüsterer für Millionen.

In: [www.netzeitung.de/entertainment/people/303355.html](http://www.netzeitung.de/entertainment/people/303355.html), (aufgerufen am 11.05.14)

<sup>115</sup> vgl. [express.de](http://www.express.de)

„freche[n] Pointen“<sup>116</sup> erobert er die Herzen der Menschen, die seinen Werdegang im Fernsehen über Jahrzehnte mitverfolgen konnten. Er selbst bezeichnet sich spaßes halber als „Quotenhure“<sup>117</sup> und weist jegliche Kritik von sich. „Mit seiner [...] Fröhlichkeit, Schlagfertigkeit, Unbefangenheit und intelligentem Witz [...]“<sup>118</sup> tritt er nun mit Jauch als Team in *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE* an. Die unterschiedlichen Temperamente der beiden prominenten Fernsehstars soll die Grundstimmung der Gameshow widerspiegeln. Aber wie kam Gottschalk überhaupt ins Medium Fernsehen und wie konnte er solch einen Status erlangen?

Geboren wurde der heutige Moderator am 18.05.1950 in Bamberg und lebte mit seiner Familie in der Nähe von Kulmbach, Oberfranken.<sup>119</sup> Obwohl der junge Thomas Gottschalk zu seiner Schulzeit „kein guter Schüler war [...]“<sup>120</sup>, erhielt er mittels eines Stipendiums die Möglichkeit zu studieren. Schon während seiner Zeit als Schüler konnte er erste Erfahrungen in Bühnenauftritten sammeln. So war Gottschalk beispielsweise „Conferencier auf bunten Abenden der Kirchengemeinde [oder] [...] Diskjockey in der Kulmbacher Diskothek ‚Old Castle‘“<sup>121</sup>. Nachdem er die allgemeine Hochschulreife erworben hatte, zog er nach München und studiert Lehramt für die Fächer Geschichte und Germanistik an der *Pädagogischen Hochschule*.<sup>122</sup> Die ersten Schritte in die Medienöffentlichkeit folgten kurz danach. Neben den universitären Vorlesungen besuchte er einen Kurs in Sprecherziehung beim *Bayrischen Rundfunk*, wo er die Abschlussprüfung bestand. „Nachdem er 1971 aus einem Discjockeywettbewerb als Sieger hervorgegangen war [...]“<sup>123</sup>, arbeitete er danach als freier Mitarbeiter für den bayrischen Radiosender *Bayern 3*, kurz *B3*. In seiner Anfangszeit beim Radio fungierte er als „Ansager und Nachrichtensprecher“.<sup>124</sup> Kurze Zeit später moderierte er die Jugendradiosendung *Club 16*, die vorwiegend Popmusik spielte. Beim *BR* hatte Gottschalk im Jahre 1973 seinen ersten Fernsehauftritt als Sprecher der regionalen Nachrichtensendung *Abendschau*. Aufgrund seines redaktionellen Talents im Bereich der Moderation,

---

<sup>116</sup> Köhler, Nadia; Holzhaue, Ariane: Thomas Gottschalk wird sechzig. Die Supernase der Nation. In: <http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.thomas-gottschalk-wird-sechzig-die-supernase-der-nation.07e5f468-5e17-45ea-bf69-57cb53cbfe4b.html>, (aufgerufen am 13.05.14)

<sup>117</sup> ebd.

<sup>118</sup> DasErste.de (Hrsg.): Thomas Gottschalk und die ARD vereinbaren Zusammenarbeit. "Tagesshow" viermal die Woche. In: [http://www.daserste.de/root/allround\\_dyn~uid,lo431moe8r-cgcvuq~cm.asp](http://www.daserste.de/root/allround_dyn~uid,lo431moe8r-cgcvuq~cm.asp), (aufgerufen am 13.05.14)

<sup>119</sup> vgl. Strobel, Ricarda; Faulstich, Werner: Die deutschen Fernsehstars. Band 3: Stars für die ganze Familie. In: Strobel, Ricarda; Faulstich, Werner: Die deutschen Fernsehstars, S. 137

<sup>120</sup> ebd., S.137

<sup>121</sup> Strobel; Faulstich, S. 137

<sup>122</sup> vgl. ebd., S. 137

<sup>123</sup> ebd., S. 137

<sup>124</sup> ebd., S. 137



erhielt er vom Sender, drei Jahre nach seinem Fernsehdebüt, eine Festanstellung.<sup>125</sup>

Seinen ersten großen Auftritt vor Fernsehpublikum hatte er 1977 als Moderator der Gameshow *Telespiele*.<sup>126</sup> Aufgrund seiner „flapsigen Sprüche“<sup>127</sup> und seiner humoristischen Art wurde das ZDF auf ihn 1982 aufmerksam und nahm ihn in sein Programm, wo er erstmals seine eigene Sendung *Na, Sowas!* bekam. In dieser Zeit legte Gottschalk einen besonderen Fokus darauf, sein „Image des Teenie-Unterhalters“<sup>128</sup> abzulegen. Er wollte mit der Sendung eine neue Zielgruppe erreichen, die „notorischen Nicht-Fernseher“<sup>129</sup>. Gottschalks Theorie ging auf. Die *Neue Revue* schrieb über ihn: „Er ist ein Superstar des Bildschirms. [...] Sein Turnschuh-Image hat er abgelegt, die älteren Zuschauer fliegen auf ihn.“<sup>130</sup>

Im Jahre 1985 begegneten sich Günther Jauch und er in der *B3-Radioshow* zum ersten Mal. Während Gottschalk in seinem Teil der Sendung (14:00 bis 16:00 Uhr) prominente Gäste aus der Musikszene und aus dem Fernsehen zu sich einlud, interviewte Jauch nach 16:00 Uhr Menschen aus dem wirtschaftlichen Bereich und der Politik.<sup>131</sup> Der Autor Heidenreich schreibt in Gottschalks Biografie: „Was Thomas an Tiefgang vermissen ließ, glich Günther Jauch aus, was dem an Leichtigkeit fehlte, zauberte Thomas ins Mikrophon [...]“<sup>132</sup> Trotz der unterschiedlichen Charaktereigenschaften funktionierte die gemeinsame Arbeit. Besonders die „gegenseitigen Sticheleien“<sup>133</sup>, wenn Gottschalks Moderationszeit vorbei war und Jauch ins Studio kam, um ihn abzulösen, haben bis heute „Kultstatus“<sup>134</sup> bei den Zuhörern. Die Radioshow der beiden wurde aufgrund dieser „improvisierten Slapsticks [...]“<sup>135</sup> von mehr als einer Million Menschen in Bayern und darüber hinaus mitverfolgt.<sup>136</sup> Gottschalks und Jauchs Show wurde „zum Zugpferd für das ganze Programm [...]“<sup>137</sup>, die sie bis 1989 fortführten.

Einen maßgeblichen Erfolgsschub erhielt Gottschalk nach Beendigung seiner Radiozeit mit der Übernahme von *Wetten, dass..?* im Jahre 1986. Die Wettshow, welche zahlreiche prominente Gäste aus unterschiedlichen Bereichen einlud, etablierte

---

<sup>125</sup> vgl. ebd., S. 137

<sup>126</sup> vgl. Who's Who (Hrsg.): Thomas Gottschalk. Biografie. In: [http://www.whoswho.de/templ/te\\_bio.php?PID=226&RID=1](http://www.whoswho.de/templ/te_bio.php?PID=226&RID=1), (aufgerufen am 13.05.14)

<sup>127</sup> Strobel; Faulstich, S. 138

<sup>128</sup> ebd., S.138

<sup>129</sup> ebd., S.139

<sup>130</sup> Lietzberg, Horst: „Gottschalk wird der Kuli von morgen“. In: *Neue Revue* 49/1984

<sup>131</sup> Die Welt (Hrsg.): Günther Jauch. Moderator, Showmaster und Produzent. In: <http://www.welt.de/vermischtes/article1320674/GUeNTHER-JAUCH.html>, (aufgerufen am 13.05.14)

<sup>132</sup> Heidenreich, Gert: Thomas Gottschalk. Die Biografie, S. 164

<sup>133</sup> Die Welt

<sup>134</sup> Heidenreich, S. 164

<sup>135</sup> ebd., S.164

<sup>136</sup> vgl. ebd., S.164

<sup>137</sup> ebd., S. 166

den damals 36-Jährige zum „erfolgreichsten deutschen Talkmaster“<sup>138</sup>. Eine Sendung, die als „Europas größtes Show-Flaggschiff“<sup>139</sup> betitelt wurde, verfolgten Menschen unterschiedlichen Alters über Jahrzehnte mit. Die Faszination der Zuschauer und des Publikums wird von Heidenreich, dem Autor von Gottschalks Biografie, insofern erklärt, „[dass] Thomas die Zuschauer in einer Weise zu Beteiligten am Zauber der Manege macht, wie es kein anderer Entertainer außer ihm kann“<sup>140</sup>. Ein viertel Jahrhundert war Gottschalk der Repräsentant und die Figur dieser Unterhaltungsshow. Doch im Jahr 2011 folgte das Aus für den Entertainer. Aufgrund eines Kandidatenunfalls trat er noch während der Sendung zurück.

Neue Chancen erhoffte sich der Showmaster mit der *ARD*-Sendung *Gottschalk Live*, einer Talksendung vor der *Tagesschau*, die ihm der öffentlich-rechtliche Sender Ende 2011 anbot.<sup>141</sup> Gottschalk interviewte, wie zu Zeiten seiner Radiokarriere, bekannte Persönlichkeiten. Die halbstündige Show konnte bei ihrem Debüt eine Zuschaueranzahl von 4,34 Millionen und einen entsprechenden Marktanteil von 14,6 Prozent erreichen.<sup>142</sup> Nach den ersten zwei Wochen sank jedoch die Zuschauerbeteiligung unter die Zwei-Millionen-Marke.<sup>143</sup> Kritische Stimmen warfen Gottschalk vor, er würde nicht in die 30 minütliche *ARD*-Sendung passen. Als Argument formuliert die Printredakteurin Gasteiger, dass Gottschalk „[erst] vor einem 3000-köpfigen Publikum wie bei Wetten, dass..? [...] richtig auf[drehen könne]“<sup>144</sup>. Es folgen konzeptionelle Änderungen an der Sendung, wie etwa die Umgestaltung des Studios und das Einsetzen von Live-Publikum.<sup>145</sup> Jedoch minderten jene Maßnahmen den „Eindruck des Unausgereiften“<sup>146</sup> nicht. Nachdem seine Talkshow infolge nachlassender Quoten abgesetzt wurde, äußerte er sich diesbezüglich: „Lasst die Kirche im Dorf. Es ist nicht wirklich was

---

<sup>138</sup> Who's Who (Hrsg.): Thomas Gottschalk. Biografie.

<sup>139</sup> Sanchez, Manuel Nunez: Wetten, dass..? kann Marktanteile stabilisieren.

In: <http://www.quotenmeter.de/n/62274/wetten-dass-kann-marktanteile-stabilisieren>, (aufgerufen am 13.05.14)

<sup>140</sup> Heidenreich, S. 289

<sup>141</sup> vgl. DasErste.de (Hrsg.): Thomas Gottschalk und die ARD vereinbaren Zusammenarbeit.

<sup>142</sup> vgl. Mantel, Uwe: Wie viele Zuschauer bleiben? "Gottschalk Live": Ordentlicher Start, doch reicht das?. In: [http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/34532/gottschalk\\_live\\_ordentlicher\\_start\\_doch\\_reicht\\_das/](http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/34532/gottschalk_live_ordentlicher_start_doch_reicht_das/), (aufgerufen am 13.05.14)

<sup>143</sup> vgl. Heidböhmer, Carsten: "Gottschalk Live!". Vier Gründe, warum Thommy scheitern wird. In: <http://www.stern.de/kultur/tv/gottschalk-live-vier-gruende-warum-thommy-scheitern-wird-1784010.html>, (aufgerufen am 13.05.14)

<sup>144</sup> Gasteiger, Carolin: TV-Moderatoren - Wer hat Zukunft im deutschen Fernsehen? In: <http://www.sueddeutsche.de/medien/zukunft-der-tv-moderatoren-wer-hat-zukunft-im-deutschen-fernsehen-1.1336420-2>, (aufgerufen am 13.05.14)

<sup>145</sup> vgl. Kissler, Alexander: Aus für „Gottschalk live“. Blond gelocktes Problem verlässt Dauerbaustelle. In: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/aus-fuer-gottschalk-live-blond-gelocktes-problem-verlaesst-dauerbaustelle\\_aid\\_739566.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/aus-fuer-gottschalk-live-blond-gelocktes-problem-verlaesst-dauerbaustelle_aid_739566.html), (aufgerufen am 13.05.14)

<sup>146</sup> ebd.

passiert. Ab morgen interessiert es niemanden mehr, dass ich am Vorabend verglüht bin.“<sup>147</sup> Basierend auf solchen Einstellungen, gewinnt Thomas Gottschalk das Fernsehpublikum für sich. Für dieses wird Gottschalk „[immer] einer von [ihnen sein]“<sup>148</sup>, sodass man ihm diese „Fehlritte“<sup>149</sup> verzeiht.

### 2.4.3 Barbara Schöneberger

In *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE* begleitet Barbara Schöneberger Gäste und Kandidaten als Moderatorin durch die Sendungen. Das Wort kommt ursprünglich aus dem Lateinischen und bedeutet übersetzt so viel wie „Mäßiger“<sup>150</sup> oder „Leiter“<sup>151</sup> und lässt auf die zentrale Aufgabe dieser Person schließen. So hat der Moderator oder die Moderatorin den Auftrag, durch die Show zu führen und „dabei die einzelnen Programmpunkte an[zu]kündig[en], [zu] erläutern u. [zu] kommentieren“<sup>152</sup>. Dabei liegt der Schwerpunkt jeweils auf der Vermittlung von Informationen.

Schöneberger steht im unmittelbaren Kontakt zu den Zuschauern, da sie diese direkt durch die Kamera anspricht.<sup>153</sup> „Diese Ansprache hat enorme Bedeutung für die Glaubwürdigkeit des gesamten Programms.“<sup>154</sup> So ist die Moderatorin das vermittelnde Element in der Show und steht somit im Zentrum der Akteure. Sie setzt deren Aufmerksamkeit und die der Zusehenden voraus. Des Weiteren vertritt sie die Interessen der Zuschauer.<sup>155</sup> „Ich bin sozusagen das Korsett“<sup>156</sup>, beschreibt die Moderatorin ihre Rolle in der *RTL*-Sendung.

Neben der Aufgabe als Moderatorin ist Schöneberger auch Spielleiterin. Sie muss „[a]n den spielentscheidenden Stellen dominieren [...]“<sup>157</sup> und stellt somit die richtende Instanz dar.

---

<sup>147</sup> Gasteiger

<sup>148</sup> ebd.

<sup>149</sup> Richter, Christian: Der Fernsehfriedhof: Gottschalks normaler Wahnsinn des Alltags. In: <http://www.quotenmeter.de/n/57289/der-fernsehfriedhof-gottschalks-normaler-wahnsinn-des-alltags>, (aufgerufen am 15.05.14)

<sup>150</sup> Duden (Hrsg.): Moderator, der. In: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Moderator>, (aufgerufen am 15.05)

<sup>151</sup> ebd.

<sup>152</sup> Dudenredaktion, S. 642, Stichwort: Moderator

<sup>153</sup> vgl. Karstens; Schütte, 3. Auflage, S. 152

<sup>154</sup> Karstens; Schütte, 3. Auflage, S. 152

<sup>155</sup> vgl. Faulstich, S. 40

<sup>156</sup> Schader

<sup>157</sup> Karstens; Schütte, 3. Auflage, S. 156

Die 40-Jährige ist neben ihrer Arbeit als Moderatorin auch als Schauspielerin und Sängerin tätig. Sie wird daher als „Mrs. Multitalent“<sup>158</sup> und „die Gute-Laune-Versicherung des deutschen Fernsehens“<sup>159</sup> bezeichnet. Das Duo Gottschalk-Jauch kennt Barbara Schöneberger, aufgrund ihrer Berufswahl, schon lange. „Ich komme wahnsinnig gut mit Günther Jauch klar“<sup>160</sup>, gesteht die gebürtige Münchnerin in einem Interview. Bei dem Quizmaster beantwortete sie als Kandidatin des *Wer wird Millionär?*-Promispecials die Eine-Million-Euro-Frage korrekt und sicherte sich somit den Hauptgewinn.<sup>161</sup> Über den Entertainer Gottschalk sagt sie: „[Er] ist der Gott meiner Kindheit und Jugend.“<sup>162</sup> Bei Shows des Moderators ist sie mehrfach zu Gast. Nachdem Gottschalk von *Wetten dass..?* zurücktrat, war sie sogar als potentielle Nachfolgerin im Gespräch. Im Nachhinein äußerte sie sich diesbezüglich allerdings: „Schau mir die Presse an, die auf *Wetten, dass ..?* niedergeht, bin ich froh, dass ich damit nichts zu tun habe. [...] Ich wurde da so reingequatscht.“<sup>163</sup> In einer *Gottschalk Live*-Sendung wünschte sich der Entertainer Schöneberger, die zu dem Zeitpunkt Gast bei ihm war, als seine Assistentin.<sup>164</sup> „Eigentlich bist du der Sidekick, von dem ich träume.“<sup>165</sup> Bevor sie Gottschalk jedoch als potentielle Unterstützung in der Talkshow beiseite stehen konnte, wurde die Sendung wenige Monate später abgesetzt. Seit Anfang September 2013 moderiert sie nun die *RTL-GameShow* zur Primetime in Hürth.

Neben der Arbeit für den Privatsender *RTL* engagiert sie sich für weitere Großprojekte, so wie zum Beispiel als Moderatorin des *Eurovision Song Contests* 2014. Laut einer Umfrage des Markt- und Meinungsforschungsinstitutes *Forsa*, wählten Anfang 2014 28 Prozent der befragten Probanden Schöneberger zu ihrer favorisierten Fernsehmoderatorin.<sup>166</sup>

---

<sup>158</sup> Radel, Inga: "Mrs. Multitalent" Barbara Schöneberger feiert 40. Geburtstag. In: <http://www.abendblatt.de/vermischtes/article125410763/Mrs-Multitalent-Barbara-Schoeneberger-feiert-40-Geburtstag.html>, (aufgerufen am 14.05.14)

<sup>159</sup> Schader

<sup>160</sup> Bauer Media Group (Hrsg.): Barbara Schöneberger: "Thomas Gottschalk ist der Gott meiner Kindheit und Jugend." In: <http://www.bauermedia.com/de/presse-aktuelles-single/back/178/page/26/hash/28025e6802/news/xuid2789-barbara-schoeneberger-thomas-gottschalk-ist-der-gott-meiner-kindheit-und-jugend/>, (aufgerufen am 14.05.14)

<sup>161</sup> vgl. Gantzkow, Sven: Improvisierter Joker stiehlt Schöneberger die Show. In: <http://www.welt.de/fernsehen/article13403172/Improvisierter-Joker-stiehlt-Schoeneberger-die-Show.html>, (aufgerufen am 14.05.14)

<sup>162</sup> Bauer Media Group

<sup>163</sup> von Uslar, Moritz: 99 Fragen an Barbara Schöneberger. In: <http://www.zeit.de/2013/51/99-fragen-barbara-schoeneberger/seite-3>, (aufgerufen am 15.05.14)

<sup>164</sup> vgl. GottschalkTV (Hrsg.): Gottschalk Live - 20.03.2012.

In: <https://www.youtube.com/watch?v=WYoPZbu3KfQ>, (aufgerufen am 14.05.14)

<sup>165</sup> ebd.

<sup>166</sup> vgl. WAZ (Hrsg.): TV-Moderator Markus Lanz stürzt im Sympathieranking ab.

Die Münchnerin begann ihre ersten Fernseherfahrungen während der Studienzeit zu sammeln. Als Assistentin von Elmar Hörigs Nachmittagssendung *Bube, Dame, Hörig* stand sie erstmals für einen Privatsender vor der Kamera.<sup>167</sup> Aufgrund dessen, brach die junge Schöneberger 1999 ihr Studium in Kommunikationswissenschaft, Soziologie und Kunstgeschichte nach zehn Semestern ab.<sup>168</sup> „[Sie] wollte einfach nur arbeiten [...]“<sup>169</sup>, begründete die heutige Moderatorin und Sängerin ihre Entscheidung.

Bekannt wurde sie allerdings durch ihre Talkshow *Blondes Gift* 2002, dessen inhaltlichen Konversationen zwischen ihr und den geladenen Prominenten ein mehrfaches Aufsehen erregte. „Ein bisschen Anarchie‘ sei die Sendung [...], aber das reiche, weil es die im deutschen Fernsehen sonst nicht mehr gibt“<sup>170</sup>, äußerte sich die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* zur Sendung kurz nach deren Start. Nachdem der Programmplatz des Sender *Sun TV* seine Aktivität einstellte, erstand der *Westdeutsche Rundfunk* 2002 die Lizenz zur Ausstrahlung von *Blondes Gift*.<sup>171</sup> 2004 wechselte Schönebergers Sendung auf den Programmplatz des Privatsenders *ProSieben*<sup>172</sup>, wurde jedoch kurze Zeit später wegen zu niedriger Zuschauerzahlen<sup>173</sup> abgesetzt.

Seit dem Jahre 2008 moderiert Barbara Schöneberger an der Seite des Journalisten und Fernsehproduzenten Hubertus Meyer-Burckhardt im *Norddeutschen Rundfunk* die *NDR Talk Show*. Den Kern der Sendung bilden in jenem „Fernsehklassiker“<sup>174</sup> diverse Gespräche mit geladenen Gästen aus unterschiedlichen Bereichen und Berufsfeldern, so zum Beispiel Schauspieler oder Musiker. Der Wechsel zur Talkshow sagt Schöneberger zu. „Ich wollte schon immer in eine vernünftige Talkshowecke, raus aus den Sendungen, wo lustig drauf steht und wo lustig drin sein

---

<sup>167</sup> vgl. Was War Wann? (Hrsg.): Biografie Barbara Schöneberger Lebenslauf.

In: <http://www.was-war-wann.de/personen/barbara-schoeneberger.html>, (aufgerufen am 15.05.14)

<sup>168</sup> vgl. Hauser, Jan: Studienabbrecherin Schöneberger: Durch die Uni wie ein kopfloses Huhn.

In: <http://www.spiegel.de/unispiegel/wunderbar/studienabbrecherin-schoeneberger-durch-die-uni-wie-ein-kopfloses-huhn-a-631526.html>, (aufgerufen 15.05.14)

<sup>169</sup> ebd.

<sup>170</sup> schwäbische.de (Hrsg.): Die Promi-Geburtstage vom 05. März 2007: Barbara Schöneberger.

In: [http://www.schwaebische.de/home\\_artikel,-\\_arid,1901247.html](http://www.schwaebische.de/home_artikel,-_arid,1901247.html), (aufgerufen am 15.05.14)

<sup>171</sup> vgl. Kölner Stadt-Anzeiger (Hrsg.): Barbara Schöneberger moderiert „Blondes Gift“ im WDR.

In: <http://www.ksta.de/home/barbara-schoeneberger-moderiert--blondes-gift--im-wdr,15189516,14393774.html>, (aufgerufen am 15.05.14)

<sup>172</sup> vgl. o.A., Jän: Barbara Schöneberger: Das "Blonde Gift" ist wieder Single.

In: <http://www.welt.de/print-welt/article339699/Barbara-Schoeneberger-Das-Blonde-Gift-ist-wieder-Single.html>, (aufgerufen am 15.05.14)

<sup>173</sup> vgl. Handelsblatt (Hrsg.): Mrs. Multitalent, „Blondes Gift“ und Rampensau.

In: <http://www.handelsblatt.com/panorama/aus-aller-welt/barbara-schoeneberger-wird-40-mrs-multitalent-blondes-gift-und-rampensau/9571180.html>, (aufgerufen am 15.05.14)

<sup>174</sup> NDR.de (Hrsg.): Die NDR Talk Show Story. In: [http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/ndr\\_talk\\_show/geschichte/](http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/ndr_talk_show/geschichte/), (aufgerufen am 16.05.14)

muss“<sup>175</sup>, so die 40-Jährige in einem Interview. Zusätzlich sagt sie über ihre Arbeit mit Talkshow-Kollegen: „Ich möchte nichts anderes machen. Ich bin davon weg, zu denken, dass der RTL-Primetime-Sendeplatz der richtige für mich ist.“<sup>176</sup> Sie begründet diese Entscheidung damit, dass sie es zu „mühsam [findet] und [...] auch zu alt dafür [sei]“<sup>177</sup>. Diese Aussagen stammen jeweils aus den Jahren 2009 und 2013. Betrachtet man diese, stehen beide Meinungen Schönebergers im Kontrast zu dem derzeitigen Vertrag, den sie mit dem Privatsender *RTL* eingeht. Doch warum nahm Schöneberger letztendlich doch die Rolle als Moderatorin an? In einem Interview mit der Münchener Boulevardzeitung *Tageszeitung (tz)* gab die Moderatorin zu, dass sie „sofort Ja gesagt [hat]“<sup>178</sup>, nachdem sie von *RTL* die Information erhielt. Sie fügte hinzu, dass sie sich dabei gar nicht an dem Inhalt der Sendung orientierte, da sie sich zu dieser Zeit den Grundgedanken von *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE* nicht angeschaut hatte.<sup>179</sup> Es kann daher vermutet werden, dass sie sich, aufgrund ihrer vorliegenden Sympathie zu Thomas Gottschalk und Günther Jauch, für die Moderation der Wissens- und Aktionsspiele-Show entschieden hat.

Analysiert man den Auftritt der Moderatorin in der Gameshow, so lassen sich Rückschlüsse auf den erwünschten Charakterzug der Sendung ziehen. Die Art und Weise, wie sie sich während des Sendungsverlaufes präsentiert, ist ausschlaggebend für jenes erzeugte »Feeling« während der Gameshow. Die „Verlaufsinszenierung“<sup>180</sup>, so der Autor Faulstich in seinem Werk *Grundkurs Fernsehanalyse*, wird alleinig durch den Showmaster geprägt, da die Sendung „personenzentriert“<sup>181</sup> ist. Wie also inszeniert sich Barbara Schöneberger in *Die 2*?

Anhand ihrer Körpersprache ist zu erkennen, dass sie sich natürlich und lässig gibt, was sie, anhand ihrer „selbstironischen Gags [...]“<sup>182</sup>, während der Sendung beweist. Sie gilt als eine „professionelle [und] [...] mitreißende Unterhalterin“<sup>183</sup>. Darüber hinaus sucht sie auch den körperlichen Kontakt zu den Gästen und wirkt dementsprechend nicht distanziert. So umarmte sie beispielsweise in der Sendung am

---

<sup>175</sup> ZDF ML Mona Lisa (Hrsg.): Barbara Schöneberger hinterm Rampenlicht. Über ihr wahres Ich und was das Leben ausmacht. In: <http://www.zdf.de/ml-mona-lisa/barbara-schoeneberger-hinterm-rampenlicht-28786584.html>, (aufgerufen am 16.05.14)

<sup>176</sup> Hauser

<sup>177</sup> ZDF ML Mona Lisa

<sup>178</sup> Thyssen, Stefanie: Schöneberger über Jauch & Gottschalk. „Die 2“: Das Geheimnis ihrer Freundschaft. In: <http://www.tz.de/tv/schoeneberger-ueber-neue-rtl-show-jauch-gottschalk-3095233.html>, (aufgerufen am 16.05.14)

<sup>179</sup> vgl. ebd.

<sup>180</sup> Faulstich, S. 38

<sup>181</sup> ebd., S. 38

<sup>182</sup> von Uslar

<sup>183</sup> ebd.

14.04.2014 die Gewinnerin Anja Beyer, die sich gegen Jauch und Gottschalk im finalen Spiel *Der große Knall* durchsetzen konnte.<sup>184</sup> Schöneberger lässt sich aber auch als eine provokante Moderatorin beschreiben. Während der fünften Folge sagt sie: „Große Brüste und kleine Tiere bringen die besten Quoten!“<sup>185</sup>, in Anspielung auf den Quotenabfall der Gameshow. Im Vergleich: Während die erste Sendung *RTL* fast sieben Millionen Zuschauer erreichte, waren es in der Aprilfolge nur 5,31 Millionen.<sup>186</sup> Die Worte der Moderatorin lassen sich als provokant beschreiben, da „[s]ie [...] kein Blatt vor den Mund nimmt“<sup>187</sup> und auch kritische Punkte thematisiert.

Des Weiteren macht die Garderobenauswahl der Münchnerin das gewünschte Image der Sendung deutlich. So trug Schöneberger in den ersten vier Sendungen knielange, einfarbige Kleider und dazu High Heels. Die Kostüme waren hoch geschnitten und wirkten elegant, jedoch nicht verkleidet oder gar extravagant. In der fünften Folge vom 14.04.2014, hatte die Moderatorin einen vergleichsweise kurzen schwarzen Bleistiftrock, schwarze hohe Absatzschuhe mit weißen Kappen und eine schwarze Bluse mit tiefen V-Ausschnitt an. Dieses Kleid betonte ihre „üppige Weiblichkeit [...]“<sup>188</sup> mehr, als die vorangegangenen Garderoben. Vermutlich bediente der Privatsender *RTL* sich hier an dem »Sex sells-Prinzip«, um so mehr Zuschauer so mobilisieren. Der Kleidungsstil von Schöneberger sollte der Sendung ein „sexy“<sup>189</sup> Image verleihen. Beispielsweise tanzte sie in der Show im April zu Helene Fischers Lied *Atemlos* und „zeigt eine sexy Tanzeinlage“<sup>190</sup>. Doch ungeachtet dessen beweist die gebürtige Münchnerin auch, dass sie, in ihrer Funktion als Showmasterin, einen maßgeblichen Einfluss auf den Ablauf der Disziplinen hat. Da sie die Organisatorin und Spielleiterin der Gameshow ist, hat sie die Aufgabe, den Sendeablauf kontinuierlich bis zum Finale zu führen. So muss sie auch „Szene[n] retten, die ins Belanglose abzukippen

---

<sup>184</sup> vgl. Sendung „Die 2- Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ vom 14.04.2014

<sup>185</sup> ebd.

<sup>186</sup> vgl. Nyary, Josef: Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE. In: <http://www.nyaryum.de/17352-Die-2-Gottschalk-Jauch-gegen-ALLE>, (aufgerufen am 17.05.14)

<sup>187</sup> Scholz, Thomas: FAZ.NET-Fernsehkritik: NDR Talk Show. Schöneberger spielte nur die zweite Geige. In: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/faz-net-fernsehkritik-ndr-talk-show-schoeneberger-spielte-nur-die-zweite-geige-1513039.html>, (aufgerufen am 18.05.14)

<sup>188</sup> bild.de (Hrsg.): Deutsches Fräulein-Wunder. In: <http://www.bild.de/themen/personen/barbara-schoeneberger/fotos-video-starnews-19689738.bild.html>, (aufgerufen am 17.05.14)

<sup>189</sup> RTL (Hrsg.): Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Barbara Schöneberger zeigt eine sexy Tanzeinlage. In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-barbara-schoeneberger-zeigt-eine-sexy-tanzeinlage-3a31b-bb8c-97-1873589.html>, (aufgerufen am 17.05.14)

<sup>190</sup> ebd.

droh[en]“<sup>191</sup>, um folglich den geplanten Verlauf der Show zu gewährleisten. In solchen Situationen gelingt es Schöneberger, das Duo Gottschalk-Jauch mit „Schlagfertigkeit“<sup>192</sup> und ihrem Charme zurechtzuweisen. So beschreibt die Journalistin Olemann sie als „eine Dompteuse, die zwei weiße Tiger bändigt und ab und zu mit ihrer Peitsche knallt“<sup>193</sup>.

Eine markante Auffälligkeit bezüglich des Moderationsstils ist, dass Schöneberger die Kandidaten, als auch Gottschalk duzt. Im Vergleich dazu siezt sie Günther Jauch. Auf der einen Seite gibt sie sich dem Entertainer und dem Publikum vertraut, auf der anderen Seite verhält sie sich gegenüber dem Quizmaster von *Wer wird Millionär?* respektvoll. Warum findet hier eine Differenzierung hinsichtlich der pronominalen Anredeform statt?

Während sie in der Pilotfolge von Gottschalk zu Beginn mit „Küsschen rechts, Küsschen links [...]“<sup>194</sup> begrüßt wurde, macht „Jauch [...] eine[n] angedeuteten Diener“<sup>195</sup>. Diese konträren Körpersprachen der beiden Prominenten lassen auf ihre unterschiedlichen Beziehung zur Moderatorin schließen, die sich folglich auch in der Anrede widerspiegelt. Der Entertainer, zugleich das ehemalige Gesicht von *Wetten dass..?*, deutete mit dem Begrüßungskuss Zuneigung an. Laut der Diplompyschologin Matschnig, kann der Wangenkuss als „eine harmlose und zwanglose Art der Berührung [...] [und zugleich] liebevolle Geste [gedeutet werden]“<sup>196</sup>. Dass Thomas Gottschalk ein freundschaftliches Verhältnis zu Barbara Schöneberger pflegt, resultiert aus diesem Verhalten. Im Gegensatz zu Jauch, dessen angedeutete Verbeugung und Handkuss, in den Augen von der Autorin Augst als „ziemlich antiquiert“<sup>197</sup> und „aufgesetzt“<sup>198</sup> gilt, sodass diese, nicht mehr zeitgerechten Ausdrücke, als distanzierte Handlung gedeutet werden können. Trotzdem verstehen sich Moderatorin und Jauch gut, wie Schöneberger in einem Interview bestätigt.<sup>199</sup> Doch warum bleibt es bei der förmlichen Anrede? „Herr Jauch ist eine echte Institution in Deutschland. Ich käme nie im Leben

---

<sup>191</sup> Oelmann, Sabine: Ballerbabs, Playmobil-Helm & Pilzkopf-Günni. Gottschalk und Jauch versammeln es in letzter Sekunde. In: <http://www.n-tv.de/leute/film/Die-2-Thomas-Gottschalk-und-Guenther-Jauch-Zweite-Ausgabe-verliert-Zuschauer-und-siegt-trotzdem-article11501776.html>, (aufgerufen am 17.05.14)

<sup>192</sup> ebd.

<sup>193</sup> ebd.

<sup>194</sup> Frank, Arno: Show mit Gottschalk und Jauch: Günne und Tommy gegen die Republik. In: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/tv-kritik-so-lief-die-2-gottschalk-und-jauch-gegen-alle-a-921325.html>, (aufgerufen am 18.05.14)

<sup>195</sup> ebd.

<sup>196</sup> Matschnig, Monika: Körpersprache. Verräterische Gesten und wirkungsvolle Signale, S. 91

<sup>197</sup> Augst, Helen Ann: Das grosse Buch der Umgangsformen. Das Standardwerk des "guten Tons" für alle Bereiche des beruflichen und privaten Lebens, S. 146

<sup>198</sup> ebd. S. 17

<sup>199</sup> vgl. Bauer Media Group



auf die Idee, ihn Günther zu nennen“<sup>200</sup>, so die Barbara Schöneberger in der Münchener Zeitung *tz*. Das Magazin *Stern* stellt in einem Interview mit Jauch fest, dass „[n]iemand im deutschen Fernsehen [...] so hartnäckig [siehe]“<sup>201</sup>. Jauch stimmt dieser Ansicht zu. Jedoch begründet er die Verwendung der formalen Anrede insofern, dass das Du sehr vertraulich wirkt und derjenige, der „zu schnell duz[e], [...] sich vieler Differenzierungsmöglichkeiten [beraube]“<sup>202</sup>. Laut Aussage Jauchs ist er nur zu seinem Kollegen Thomas Gottschalk und jungen Menschen so persönlich.<sup>203</sup>

## 2.4.4 Kandidaten, Publikum und Gäste

Sowohl das Publikum, als auch die ausgewählten Kandidaten sind eines der grundlegenden Bestandteile der Show. Sie allein gewährleisten das Zustandekommen einer Wettkampfsituation zwischen ihnen und den beiden Prominenten.<sup>204</sup> Dabei sind die einzelnen Kandidaten als Herausforderer im Besonderen zu nennen. Durch ihren Auftritt wird ihnen ein Gesicht gegeben, im Gegensatz zum restlichen Studiopublikum, das anonym bleibt, da nicht jeder von ihnen den Zuschauern präsentiert und vorgestellt wird. „[Die Kandidaten] sind die eigentlichen Helden der Quizsendungen und Gameshows“<sup>205</sup>, so der Autor Faulstich über die Rolle dieser. Auch die Verfasser Leonhard, Ludwig und Schwarze sind ähnlich gleicher Auffassung. Für sie stellt der Kandidat den „potentielle[n] ‚Sieger‘ [dar], der durch Spielgewinne sogar eventuell seine persönliche Lebenssituation merklich verbessern kann“<sup>206</sup>. Dem Kandidaten wird in der Show die Chance geben, als Gewinner zu brillieren und darüber hinaus für einen temporären Abschnitt vom Mitglied des Publikums „zum – kurzfristigen – Fernsehstar [zu werden]“<sup>207</sup>. Der Journalist Harprecht von *Die Zeit* beschreibt den Auftritt im Fernsehen als selbstverwirklichenden Akt: „Es ist, als vollzöge sich erst auf dem Bildschirm der Eintritt ins wahre Leben. Die Kamera sagt uns, dass wir existieren [...]. Ich werde gesehen, also bin ich.“<sup>208</sup>

---

<sup>200</sup> Thyssen

<sup>201</sup> Kühn, Alexander: Es ist sehr lange sehr gut gegangen“. In: *Stern* 14/2010

<sup>202</sup> ebd.

<sup>203</sup> vgl. ebd.

<sup>204</sup> vgl. RTL (Hrsg.): Gottschalk & Jauch gegen Alle: Jetzt für die Show bewerben.

<sup>205</sup> Faulstich, S. 41

<sup>206</sup> Leonhard, Joachim-Felix; Ludwig, Hans-Werner; Schwarze, Dietrich et al.: Medienwissenschaft: Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. In: Leonhard, Joachim Felix; Ludwig, Hans-Werner; Schwarze, Dietrich et al.: Medienwissenschaft: Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen, S. 2338

<sup>207</sup> ebd., S. 2338

<sup>208</sup> Harprecht, K.: Videor - ergo sum. In: *Die Zeit* vom 03.06.1999

Im Gegensatz zu Auftritten in Talkshow-Diskussionsrunden, wo die Zuschauer oft als Benachteiligte bezeichnet werden, bleiben in Spielshows zusätzliche Hintergrundinformationen über den Kandidaten meist unangetastet.<sup>209</sup> So auch in der *RTL-Show*. Die Zuschauer vor dem Fernseher und das Publikum im Studio erfahren hier lediglich Alter, Namen, Beruf und eventuell das Hobby der ausgewählten Person. Für jene Akteure sind die Kandidaten auf der Bühne die Personen, mit denen sie sich identifizieren können.<sup>210</sup>

Durch den Zahlengenerator, der über die Wahl des Kandidaten entscheidet, wird dem Publikum im Studio das Gefühl vermittelt, dass jeder von ihnen die Möglichkeit hat, „einmal ‚im Fernsehen zu sein‘ [...]“<sup>211</sup> und als stellvertretende Instanz für alle anderen potentiellen Teilnehmer zu handeln. Dabei „müssen [sie] sich bewähren, profilieren, stehen oft unter Zeitdruck und sind auch persönlich in vielfältiger Weise exponiert“<sup>212</sup>. Die Verantwortung, die die Kandidaten während der Wettkämpfe tragen, lässt zusätzlich einen emotionalen Druck entstehen, der dadurch begünstigt wird, dass sie „im Zentrum der Aufmerksamkeit von Millionen [...] stehen“<sup>213</sup>.

Mittels der Moderatorin Barbara Schöneberger erhalten die Kandidaten eine gewisse Stabilität. Die Autoren Karstens und Schütte sprechen „[ihr] die Funktion des mitfühlenden Richters zu [...]“<sup>214</sup>. So feuert die Münchnerin beispielsweise die Kandidaten während eines Spiels an und motiviert sie so. Können sich die Herausforderer nicht gegen das prominente Duo durchsetzen, so hat Schöneberger die Aufgabe, die Kandidaten aufzubauen.<sup>215</sup> „Durch den Einsatz [...], wie Studiopublikum [...], wird dem Zuschauer die ‚Echtheit‘ des Gezeigten suggeriert.“<sup>216</sup> Damit wird der „Live Charakter“<sup>217</sup> der Sendung geschaffen, ungeachtet dessen, ob diese live produziert wird, oder nicht. Es geht vorrangig darum, dass das Saalpublikum einen öffentlichen Charakter schafft und die Reaktionsebene darstellt. Der Moderatorin dient das Publikum als unmittelbarer Ansprechpartner. Sie kann mit dessen Hilfe die Atmosphäre im Studio verändern. Das Publikum kann so auch den Verlauf der Wettkämpfe insofern

---

<sup>209</sup> vgl. Leonhard; Ludwig; Schwarze; Straßner, S. 2338

<sup>210</sup> vgl. Faulstich, S. 41

<sup>211</sup> ebd., S. 41

<sup>212</sup> ebd., S. 41

<sup>213</sup> ebd., S. 41

<sup>214</sup> Karstens, Eric; Schütte, Jörg: *Praxishandbuch Fernsehen: Wie TV-Sender arbeiten*, 2. aktualisierte Auflage, S. 158 ff.

<sup>215</sup> vgl. ebd., S.159

<sup>216</sup> Trepte, Sabine: *Der private Fernsehauftritt als Selbstverwirklichung. Die Option des Auftritts als Rezeptionsphänomen und zur Konstruktion des Selbst*. In: Schenk, Michael (Hrsg.): *medien Skripten. Beiträge zur Medien- und Kommunikationswissenschaft*, S. 12

<sup>217</sup> ebd., S. 12

beeinflussen, indem es „mit Lachen, Beifallklatschen oder Protest [reagiert] [...]“<sup>218</sup>. So ist es die „emotionale Verstärkung des Moderators [...]“<sup>219</sup> der die Menschen im Studio als „dramaturgisches Element [...]“<sup>220</sup> einzusetzen vermag.

In der Gameshow von Gottschalk und Jauch sind zwei Arten von Gäste festzustellen. Beide haben unterschiedliche Aufgabenbereiche zu erfüllen. Auf der einen Seite sind es die Prominenten, auf der anderen Seite treten in der Sendung nichtprominente Menschen mit jungen Tieren auf. Die geladenen Stars offerieren den Zuschauern und dem Publikum einen Einblick in ihr glamouröses Leben. Sie „repräsentieren eine Traum-Wirklichkeit für die Zu[sehenden]“<sup>221</sup>. Der Auftritt von prominenten Studiogästen, wie zum Beispiel der ehemalige Profiboxer Henry Maske oder der deutsche Komiker Hape Kerkeling, erzeugen beim Publikum „[zugleich] bewundernde Distanz und faszinierende Nähe“<sup>222</sup>. Ausgelöst wird diese Reaktion dadurch, dass die Stars sich in der Sendung an den Wettkämpfen beteiligen. Entweder treten sie, wie Verona Pooth<sup>223</sup>, mit einem Kandidaten zusammen gegen Thomas Gottschalk und Günther Jauch an, oder stehen, wie Sabine Lisicki<sup>224</sup>, im Zentrum eines Aktionsspiels, einer Schätz- oder Quizfrage.

Neben den prominenten Gästen werden auch Menschen in die Gameshow geladen, die der Öffentlichkeit unbekannt sind. Es sind Personen, die Tierbabys in die Sendung mitbringen, die für die Zuschauer ein höheres Interesse darstellen sollen. Sie werden dann vom Saalpublikum und den Zusehenden als „[r]ichtig süß [...]“<sup>225</sup> und besonders niedlich empfunden. Hier ist die Auswirkung des Kindchenschemas Grund für die fürsorgliche Reaktion, die den tierischen Gästen entgegengebracht wird. „Dabei handelt es sich um einige Auffälligkeiten bei Jungtieren, [...] [wie] ‚Stubs[n]äschen‘, ‚Kulleraugen‘ und co. [sic] [...]“<sup>226</sup>. Die Tierbabys haben noch eine weitere Funktion: Sie werden für Quizfragen verwendet. So müssen beispielsweise Gottschalk, Jauch und das Publikum in der April-Sendung eine Wissensfrage über das Verhalten von Oster-

---

<sup>218</sup> Faulstich, S. 41

<sup>219</sup> Faulstich, S. 42

<sup>220</sup> ebd., S. 41

<sup>221</sup> Karstens; Schütte, 2. aktualisierte Auflage, S. 171

<sup>222</sup> ebd., S. 171

<sup>223</sup> vgl. Sendung „Die 2- Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ vom 07.10.2013

<sup>224</sup> vgl. Sendung „Die 2- Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ vom 09.09.2013

<sup>225</sup> RTL (Hrsg.): Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Diese süßen Tiere begeistern die Show-Giganten. In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-diese-suessen-tiere-begeistern-die-show-giganten-3a334-bb8c-88-1873779.html>, (aufgerufen am 20.05.14)

<sup>226</sup> Endlich, Darius: Erlebnis Zoofotografie: Fototipps für Jedermann, S. 54

tieren beantworten.<sup>227</sup>

Der Einsatz von diversen Studiogästen bringt Abwechslung in den Verlauf der Sendung und „[trägt] damit zur Unterhaltung [bei]“<sup>228</sup>. Des Weiteren schreiben geladene berühmte Persönlichkeiten der Show eine Relevanz zu, sodass die Beteiligten diese erst nehmen und mit Interesse verfolgen.

## 2.5 Das Studio

„Ein Projekt, seine Konzeption und Realisation sind nur so gut, wie die jeweilige Idee, die dahintersteckt.“<sup>229</sup> Dieses Zitat zeigt, wie essentiell die gestalterische Umsetzung eines Fernsehstudios ist, um von den Zuschauern wahrgenommen und als relevante Sendung eingeschätzt zu werden.

Das Studio in Hürth bei Köln übernimmt in der Show gleich mehrere Aufgaben: In erster Linie stellt es das Gerüst der Sendung dar. Somit bildet die gezeigte Räumlichkeit „[den] Rahmen für den Ausschnitt aus der Wirklichkeit [...]“<sup>230</sup>. Sein Fokus konzentriert sich darauf, alle wichtigen Elemente, dessen Zusammenspiel eine gelungene Sendung ausmacht, zu vereinen. Des Weiteren hat es durch sein individuelles Design das Ziel, den Charakter der Sendung widerzuspiegeln. Es soll den Zuschauern das Gefühl verleihen, dass das Konzept der Show mit der thematischen Studiogestaltung schlüssig wirkt. Wie die Autoren Karstens und Schütte es formulieren, ist der Erfolgsgrad davon abhängig, inwiefern diese einzelnen Faktoren ineinandergreifen und funktionieren.<sup>231</sup> Darüber hinaus bietet ein Fernsehstudio dem Zuschauer eine Form von Beständigkeit. So kann er oder sie, je nach Aussehen des Studios, schneller einordnen, um welche Show es sich gerade handelt. Die beiden Autoren sprechen daher von „eine[r] visuelle[n] Konstante [...]“<sup>232</sup> — dem Wiedererkennungswert. Jedoch müssen die Studiobauer die modischen Veränderungen und Trends beachten und einarbeiten, damit das Studio zeitgemäß wirkt, ohne es dabei zu sehr zu verändern. Denn ansonsten wäre jene Konstante, von der Karstens und Schütte sprechen, nicht mehr erkennbar.<sup>233</sup> Übermäßige Veränderungen würden dazu führen, dass die Zuschauer die Sendung eventuell nicht mehr erkennen. Auch kann ein Studio,

---

<sup>227</sup> vgl. Sendung „Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ vom 14.04.2014

<sup>228</sup> Faulstich, S.42

<sup>229</sup> mo2 design (Hrsg.): Leistungen. Visionen erlebbar machen.

In: <http://mo2.de/leistungen/gestaltung/>, (aufgerufen am 20.05.14)

<sup>230</sup> Karstens; Schütte, 3. Auflage, S. 170

<sup>231</sup> vgl. ebd., S. 170

<sup>232</sup> ebd., S. 170

<sup>233</sup> vgl. ebd., S. 170

aufgrund des Einsatzes visueller Effekte oder diverser Farbspiele, die Augen des Zuschauers überlasten. Dies würde dazu führen, dass diese veränderte Wahrnehmung den Zusehenden „nach kurzer Zeit auf die Nerven geht [...]“<sup>234</sup> und dieser umschaltet. Die Grundidee der Spielshow soll sich in der Gestaltung des Studios reflektieren. Es wird dafür „eine eigene Welt definier[t]“<sup>235</sup>, in denen alle Beteiligten aufeinandertreffen. Um diese »Welt« zu erzeugen, in der die Zuschauer eintauchen können, bedient sich das Studio bestimmter Mittel. „Es wirkt meist komplett und in sich geschlossen, enthält alles, was man für das Spiel braucht, verweist nicht auf die Dinge draußen, sondern immer nur auf sich selbst [...]“<sup>236</sup> Das lässt sich auf den Studioaufbau der *RTL-Show* übertragen. Hier ist die Aktionsfläche übersichtlich gehalten und die Studiobauer verzichteten auf verwinkelte Abschnitte (vergleiche Abbildung 3).

**Abbildung 3:** Beleuchtete Studiosituation



Quelle: *mo2 design*<sup>237</sup>

Damit können sowohl das Publikum als auch die Zuschauer das Studio besser einsehen. Aufgrund der vorherrschenden transparenten Gestaltung, bleibt ihnen nichts verborgen und sie können die Spielverläufe mitverfolgen. Damit realisiert die Show

<sup>234</sup> ebd., S. 170

<sup>235</sup> ebd., S. 171

<sup>236</sup> Karstens; Schütte, 3. Auflage, S. 171

<sup>237</sup> mo2 design (Hrsg.): aktuelle Projekte aus allen Bereichen.  
In: <http://mo2.de/projekte/page/2/>, (aufgerufen am 20.05.14)

ihnen Glaubwürdigkeit. Um alle Beteiligten während der Showameratechnisch begleiten zu können, „muss fast überall Deckung [sein], also Elemente, die [sie] zeigen d[ürfen]“<sup>238</sup>. Denn durch die Live-Übertragung besteht das stetige Risiko, dass die Kamera Gegenstände oder Personen zeigt, die für die Sendung nicht relevant sind. Die Gestaltung des Studioraums in *Die 2* ist schlicht gehalten und drückt sich durch den Einsatz von minimalistischen Elementen aus, die hier für die Dekoration genutzt werden. Betrachtet man die Abbildung 4, so dienen zwei Stehpulte auf der linken Seite der Bühne inklusive einer Anlehne und Sitzgelegenheit für Thomas Gottschalk und Günther Jauch als Mobiliar.

**Abbildung 4:** Stehpult-Situation (von links): Günther Jauch, Thomas Gottschalk und Barbara Schöneberger



Quelle: Screenshot aus der Sendung vom 03.02.2014 auf *RTL.de*<sup>239</sup>

Dieser Bereich wurde überhöht konstruiert und dient primär für Quizfragen und Wissensspiel-Situationen. Ferner finden dort Gesprächssituationen statt. Das Podest gibt den sitzenden Menschen im Publikum, deren Abstand zur Bühne größer ist, die Möglichkeit, diese schneller zu erkennen. Der Bildschirm im Hintergrund zeigt das Logo der Sendung, um für die einschaltenden Zuschauer einen Wiedererkennungswert

<sup>238</sup> Karstens; Schütte, 3. Auflage, S. 171

<sup>239</sup> RTL (Hrsg.): 60.000 Euro für Studiokandidat. Gottschalk und Jauch teilen den Gewinn. In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-show-giagnten-teilen-den-gewinn-mit-studiokandidat-thomas-3746e-bb8c-65-1789780.html>, (aufgerufen am 21.05.14)



zu schaffen. Er wird darüber hinaus für Live-Übertragungen oder zur Abbildung privater Fotoaufnahmen von Gottschalk und Jauch genutzt, um kurze Pausen in den Spielablauf zu bringen. Das zweite Areal des Studios befindet sich auf der rechten Seite und wird für die Aktionsspiele und das Finale verwendet. Auf Abbildung 3, vor der Hebebühne, ist der gelbe Ballon zu sehen, der für das finale Spiel *Der große Knall* aufgebaut wurde. Die beiden unterschiedlichen Spielflächen schaffen folglich eine inhaltliche Trennung der Wettkämpfe. So weiß das Publikum, je nachdem wo sich die Akteure gerade aufhalten, was für eine Art des Spiels sie erwarten können. Die Fläche auf der rechten Seite des Studios ist geebnet, sodass auch größere Installationen, die für die Spiele aufgebaut werden, genug Platz haben. Weite Möbelstücke sind nicht ausfindig zu machen, die sonst die Funktion haben, dem Zuschauer etwas Alltägliches zu suggerieren und so Nähe zu erzeugen. Vergleicht man das Studio mit dem von der aktuellen *ProSieben* Unterhaltungssendung *Circus HalliGalli*, so werden die Unterschiede noch deutlicher.

**Abbildung 5:** Ausschnitt aus dem *Circus HalliGalli*-Studio



Quelle: *Twitter.de*<sup>240</sup>

---

<sup>240</sup> Circus HalliGalli (Hrsg.): Das war's für heute. Liebe Grüße aus Deutschlands staubigstem Studio! #HalliGalli.  
In: <https://twitter.com/halligalli/status/316312679595798530>, (aufgerufen am 21.05.14)

Dieses Studio, welches wie ein Wohnzimmer eingerichtet ist, schafft eine Verbundenheit, die durch „die Vertrautheit mit dem Gegenstand“<sup>241</sup> erreicht wird. Besonders „Sofas, Schreibtische, Stehlampen“<sup>242</sup> erzeugen solch eine »Wohnzimmeratmosphäre«. Bei der Spielshow mit Jauch und Gottschalk verfolgt das Design und die Konzeption des Studios eine andere Intention. Die Zusehenden werden nicht von zusätzlicher Dekoration irritiert. Stattdessen besteht die Absicht, den Fokus auf die drei Hauptakteure zu richten. Laut Karstens und Schütte ist ein ausgefallenes Studio nicht nötig, wenn die Protagonisten namenhaft sind.<sup>243</sup> Dann besteht jedoch das Risiko, dass das Konzept den Zusehenden im Verlauf nur glaubwürdig und relevant erscheinen wird, solange die prominenten Akteure den Anforderungen der Zuschauer gerecht werden. Die Sendung muss also einen kontinuierlichen Unterhaltungswert für seine Abnehmer haben.

Während auf der einen Seite auf schlichtes Mobiliar gesetzt wird, bedient man sich auf der anderen Seite an einer Vielzahl von Lichtelementen. Es werden diverse LED-Komponenten und die Größe der Beleuchtungswänden verwendet, die unterschiedlichen Effekten visualisieren können. Während der einzelnen Wettkämpfe wird gezielt mit der Beleuchtung gearbeitet. Die gestalterische Einsetzung des Lichtes verleiht der Sendung etwas Glamouröses.

Jedoch könnte die Verwendung von zu viel Licht dem Zuschauer vor dem Fernseher negativ auffallen, da er das Gezeigte nicht mehr deutlich verfolgen kann. „Gestaltet man ein Studio zu komplex und vielfältig, so leidet die Wiedererkennbarkeit“<sup>244</sup>, merken die beiden Autoren Schütte und Karstens an, denn „[d]ie Ausbildung einer Sehgewohnheit wird dann durch das Studio erschwert“<sup>245</sup>. Die Überbelichtung einiger Szenen ist kein Einzelfall in der Sendung. Zwar gibt es hierfür keine Pressestimmen, die die Beleuchtung kritisieren, jedoch ist es für das geübte Auge erkennbar. Fraglich ist nun, ob die scheinbare Überbelichtung beabsichtigt war. Es könnte möglich sein, dass die Beleuchtungseffekte extra dafür verwendet wurden, um vom inhaltlichen Kern der Sendung abzulenken und sie durch das Licht zu überdecken. Insbesondere wirkten beide Prominenten oft überbelichtet, sodass genau das Phänomen auftritt, vor den die beiden Autoren Karstens und Schütte warnen: „Helle Bereiche lenken [zwar] die Aufmerksamkeit auf sich [doch] wenn dort keine Zeichnung mehr vorhanden ist [...], enttäuscht das unser Auge.“<sup>246</sup> Es kann aber auch

---

<sup>241</sup> Karstens; Schütte, 3. Auflage, S. 172

<sup>242</sup> ebd., S. 172

<sup>243</sup> vgl. Karstens; Schütte, 3. Auflage, S. 172

<sup>244</sup> ebd., S. 172

<sup>245</sup> ebd., S. 172

<sup>246</sup> Altmann, Alexander: Bilder bewegen: Filmen mit digitalen Spiegelreflexkameras, S. 315



angenommen werden, dass es sich hierbei um eine vorher fehlerhafte Einstellung des Lichtes handelt, die beispielsweise durch den Oberbeleuchter oder seinem Stab nicht korrekt vorgenommen wurde.

### 3. AUSWERTUNG DER ERFOLGSANALYSE

#### 3.1 Gottschalk und Jauch — Das »Creative Package«

Damit eine Sendung vom Zuschauer mit Spannung und Wohlgefallen erwartet wird, bedarf es ausgewählter Elemente, die den Betrachter in seiner Entscheidung des Einschaltens unterstützen. Im Bereich des Film- und Fernsehgenres stößt man oft auf den Begriff „Film Package“<sup>247</sup>, welchen man auch mit dem Wort »Creative Package« gleichwerten kann. Was diese beiden Begriffe miteinander verbindet, inwiefern sich *i&u TV* und *RTL* daran bedienen und warum die beiden Prominenten erfolgreich harmonisieren, wird in diesem Kapitel näher erläutert.

Um sich in der heutigen Fernsehwelt zu etablieren, müssen Fernsehproduzenten Innovationen schaffen, die sie von anderen Projekten unterscheidet. Das sogenannte Alleinstellungsmerkmal, im Englischen „unique selling point“ (USP), ist maßgeblich für die Durchsetzung der Idee verantwortlich. Hoffmann spricht in seiner Arbeit sogar über eine „gesättigte Marktsituation“<sup>248</sup>, welche sich auch im deutschsprachigen Raum erkennbar macht<sup>249</sup>. Aufgrund dessen wird ein USP benötigt, um dieser Bewegung entgegenzuwirken. Exemplarisch adaptieren TV-Produzenten und Fernsehsender dafür das aus Amerika kommende Prinzip des „Film Package[s]“<sup>250</sup>. Sie entwickeln also ein »kreatives Paket«, um den Verbrauchern ihre Formatideen so überzeugend wie möglich zu verkaufen. Auftritte berühmter Darsteller, prominenter Moderatoren oder namenhafter Regisseur sind nur einige Elemente, die das Zuschauerinteresse anregen soll. So wie der Produktionspräsident von *Lionsgate*, Erik Feig, es sagt: „Every single movie that we make has to be sold twice. First, on a pre-sale basis, [...] [a]nd second, to a consumer who wants to see something that they haven't seen before.“<sup>251</sup> Der Bekanntheitsgrad von bestimmten Personen spielt hier

---

<sup>247</sup> Wilson-Brown, Saskia: Saskia's Guide to Producing: The Film Package.

In: <http://workbookproject.com/newbreed/2011/01/19/saskias-guide-to-producing-the-film-package/>, (aufgerufen am 22.05.14)

<sup>248</sup> Hoffmann, Stefan: Entwicklung einer TV-Movie-Package-Strategie für den deutschen Fernsehmarkt. Diplomarbeit, S. 6

<sup>249</sup> vgl. ebd., S. 6

<sup>250</sup> Wilson-Brown

<sup>251</sup> Brown, Colin: Know What You've Got: How to Package Any Movie for Financing. In: <http://www.indiewire.com/article/know-what-youve-got-how-to-package-any-movie-for-financing>, (aufgerufen am 22.05.14)

eine wesentliche Rolle. In Browns Artikel heißt es des Weiteren: „While landing that irresistible A-list cast [...], star-names are [...] one part of a complex calculus [...]“<sup>252</sup> Es erschließt sich aus dem Zusammenhang, dass dieser Beitrag sich in erster Linie auf Filme bezieht, die in den Kinos laufen, aber nichtsdestotrotz kann die Aussage auch auf Fernsehprojekte adaptiert werden. So vermittelt die Gameshow auf *RTL* in ihrer Grundidee, dass zwei bekannte deutsche Stars gegen ganz Deutschland antreten sollen. Zwei Prominente, die im TV-Business Fuß fassen konnten und zu den bekanntesten und beliebtesten ihrer Zeit zählen.<sup>253</sup> Diese Zwei treten in einer Sendung gemeinsam auf und messen sich darüber hinaus in abwechslungsreichen Wettkämpfen gegen ihre Herausforderer. Dies ist das Alleinstellungsmerkmal der Show. Das prominente Duo fungiert als USP und der vereinte Auftritt bringt Erfolg. Über sechs Millionen Zuschauer verfolgten die erste Sendung im September 2013.<sup>254</sup>

Doch warum konnte sich die Gameshow mit ihrem Debüt so erfolgreich vor der Konkurrenz durchsetzen? Neben ihrer gemeinsamen Zeit beim *BR*, haben Gottschalk und Jauch auch eine gemeinsame Fernsehkarriere hinter sich. So moderierten sie beispielsweise zusammen große Sendungen, wie die *ZDF*-Show im Jahr 1989 mit dem Titel *Zwei im Zweiten*.<sup>255</sup> Dies war der erste Auftritt, in der die beiden Protagonisten zusammen vor der Kamera auftraten.<sup>256</sup> Aufgrund unterhaltsamen Wortgefechten und gegenseitigen Neckereien<sup>257</sup> wurde ihre Radiosendung von den Zuhörern mit großem Interesse verfolgt. Bis heute haben Gottschalk und Jauch diese Linie kontinuierlich weiterführen können. Beide Stars sind charakterlich betrachtet sehr konträr, was sich auch in der Wahl ihrer Genres im Fernsehen erkennen lässt. Während Jauch der seriöse Moderator<sup>258</sup> ist, dessen Stärke in politischen Diskussionen liegt, so ist Gottschalk derjenige, der mit unterhaltendem Talent bei den Zuschauern punkten kann. Vor der ersten Live-Show befragte der *Tagesspiegel* die Beiden vorab über das Konzept und den Inhalt der Sendung. Auf die Frage, ob schon abgestimmt sei, wer welchen Part in der Gameshow übernehmen würde, antwortete der ehemalige Moderator von *Wetten, dass..?*: „Klar: Günther ist der Schlaue, und ich bin der Hüb-

---

<sup>252</sup> ebd.

<sup>253</sup> vgl. Peters, Bernd: Wir Erklären die Jauch-Gottschalk-Show. Thommy: „Günther ist der Schlaue, ich bin der Hübsche“. In: <http://www.express.de/promi-show/wir-erklaren-die-jauch-gottschalk-show-thommy---guenther-ist-der-schlaue--ich-bin-der-huebsche->, 2186,24247346.html, (aufgerufen am: 22.05.14)

<sup>254</sup> vgl. Mantel, Uwe: Gefragte Wiedervereinigung.

<sup>255</sup> vgl. ebd.

<sup>256</sup> vgl. ebd.

<sup>257</sup> vgl. Die Welt

<sup>258</sup> vgl. Krömer, Dirk: Beim Raten entdeckt.

sche.“<sup>259</sup> Gottschalks Aussage kann als scherzhaft gedeutet werden, aber im Grunde formuliert er deutlich, dass er und Jauch in verschiedenen Kategorien unterschiedliche Begabungen haben. So ist auffällig, dass in den Sendungen, vor allem bei Schätzfragen, Jauch derjenige ist, dem Gottschalk das Rechnen überlässt und ihm seiner Entscheidung vertraut. Dies zeigt sich in der Pilotsendung vom 09.09.2013. Im finalen Spiel soll geschätzt werden, wie viel Pfand im *Westfalenstadion* beim Heimspiel von *Borussia Dortmund* eingesammelt werden konnte. Während Jauch und die Finalistin Viola konzentriert rechneten, lief Gottschalk hinter seinem Teamkameraden her, oder unterhielt sich stattdessen mit Barbara Schöneberger.<sup>260</sup> Sein Freund Günther Jauch erklärte in einem späteren Interview mit dem Sender *RTL* das Phänomen wie folgt: „Thomas ist immer Bauch und Herz und [...] ich bin sicherlich immer der, der mit dem Lineal noch mal [...] nachmisst [...]“.“<sup>261</sup>

In Anlehnung an die unterschiedlichen Persönlichkeitseigenschaften und deren Aufgabenverteilung, hat die Sendung mittlerweile eine wiederkehrende Disziplin eingeführt, welche *Körper trifft Geist* heißt. Hier werden die Rollen der beiden vertauscht, indem Gottschalk, der tendenziell in Handlungsspielen engagierter scheint, Fragen beantworten und Jauch dafür körperlich aktiv werden muss. „Wir kennen uns lange genug, um mit einer gewissen Reflexhaftigkeit zu erkennen, wann der andere dran ist“<sup>262</sup>, so Thomas Gottschalk. Seine Aussage bekräftigt die These, dass sie den Sendungsverlauf professionell meistern und sich auf ihre Erfahrungen im Showgeschäft stützen können. Diese Vertrautheit zwischen den beiden Fernsehstars begrüßt auch die Moderatorin Schöneberger: „[Die Zwei] durch die Show zu führen ist nicht schwer, weil sie total professionell sind. Sie wissen, ‚jetzt muss ich reden‘, ‚jetzt muss ich ruhig sein‘.“<sup>263</sup> Das Duo unterhält das Publikum und die Menschen vor dem Fernseher mit ihren Meinungsverschiedenheiten und Anspielungen. Die Chemie zwischen den zwei „TV-Titanen“<sup>264</sup> stimmt, „[denn] [s]ie sind ein eingespieltes Team, gehen schlagfertig miteinander um und spielen sich amüsant die Bälle zu“<sup>265</sup>. Sowohl

---

<sup>259</sup> Huber, Joachim: Interview mit Gottschalk und Jauch. „Günther ist der Schlaue, ich bin der Hübsche“.

In: <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/interview-mit-gottschalk-und-jauch-guenther-ist-der-schlaue-ich-bin-der-huebsche/8759144.html>, (aufgerufen am 23.05.14)

<sup>260</sup> vgl. Sendung „Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ vom 09.09.2013

<sup>261</sup> RTL (Hrsg.): Gottschalk & Jauch zeigen vollen Körpereinsatz. In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/videos.html>, (aufgerufen am 23.05.14)

<sup>262</sup> Huber

<sup>263</sup> oe24.at (Hrsg.): Gottschalk & Jauch kämpfen gegen alle. Die beiden Entertainer treten wieder gemeinsame gegen eine Nation an. In: <http://www.oe24.at/tv/Gottschalk-Jauch-kaempfen-gegen-alle/118307988>, (aufgerufen am 23.05.14)

<sup>264</sup> Powelz

<sup>265</sup> ebd.

Thomas Gottschalk, als auch Günther Jauch können eine erfolgreiche Fernsehkarriere vorzeigen. Sie moderierten seit ihren Anfängen eigenständig Sendungen und Shows und beiden ist der Umgang vor großem Publikum bekannt.<sup>266</sup> „Futterneid ist nicht. Das ist Voraussetzung für entspanntes Fernsehen“<sup>267</sup>, äußert sich der frühere Moderator von *Wetten, dass..?* diesbezüglich.

Das unterhaltende Zusammenspiel beider Akteure bildet den Kern der Gameshow. Die hohen Zuschauerzahlen ermöglichen Rückschlüsse auf die Annahme des konstruierten »Creative Package« bei den Zuschauern. Ein positiver Aspekt, der die Zusammenarbeit begünstigt, ist die langjährige Freundschaft der beiden Moderatoren und ihr jeweiliger Bekanntheitsgrad. Aufgrund ihres gleichmäßigen Werdegangs im Fernsehgeschäft, begegnen sie sich ranggleich. Dies stellt einen eindeutigen Vorteil für den weiteren Verlauf der Show dar. Obwohl sie vor der Kamera ihre »Rolle« spielen, kennen sich beide durch ihren gemeinsamen Karriereweg und harmonisieren dementsprechend. Ob das Duo mit Thomas Gottschalk und Günther Jauch auch nach der ersten Ausstrahlung den erfolgreichen Kurs weiterhin hält, zeigt die nachfolgende Quotenanalyse.

### 3.2 Quotenbetrachtung der Sendung im Verlauf

Der Erfolgskurs der Spielshow wird mithilfe der Zuschauerbeteiligung erfasst. Dafür werden die jeweiligen Werte zusammengetragen und im Anschluss miteinander verglichen. Ob die Show an Quoten verliert oder sie tendenziell steigen, hängt von der Auswertung der Daten zusammen. Für *RTL* sind diese Werte essentiell, denn sie spiegeln für den Sender die reale Erreichbarkeit der Fernsehzuschauer wider. Bisher wurden insgesamt fünf Folgen der Gameshow ausgestrahlt und erste Tendenzen sind sichtbar.

*RTL* feierte mit der Pilotfolge einen ersten Erfolg der Spielshow. Der Kölner Sender erzielte mit dem Marktanteil beim Gesamtpublikum einen Wert von 24,6 Prozent insgesamt (siehe Abbildung 6). Davon erreichte allein die werberelevante Hauptzielgruppe (14 - 49 Jahre) 23,9 Prozent. Fast sieben Millionen Menschen verfolgten die Wettkämpfe zwischen dem prominenten Duo und Team-Deutschland.<sup>268</sup> Damit setzten sich sie noch vor einem *ZDF*-Montagsfilm, den 4,49 Millionen sahen,

---

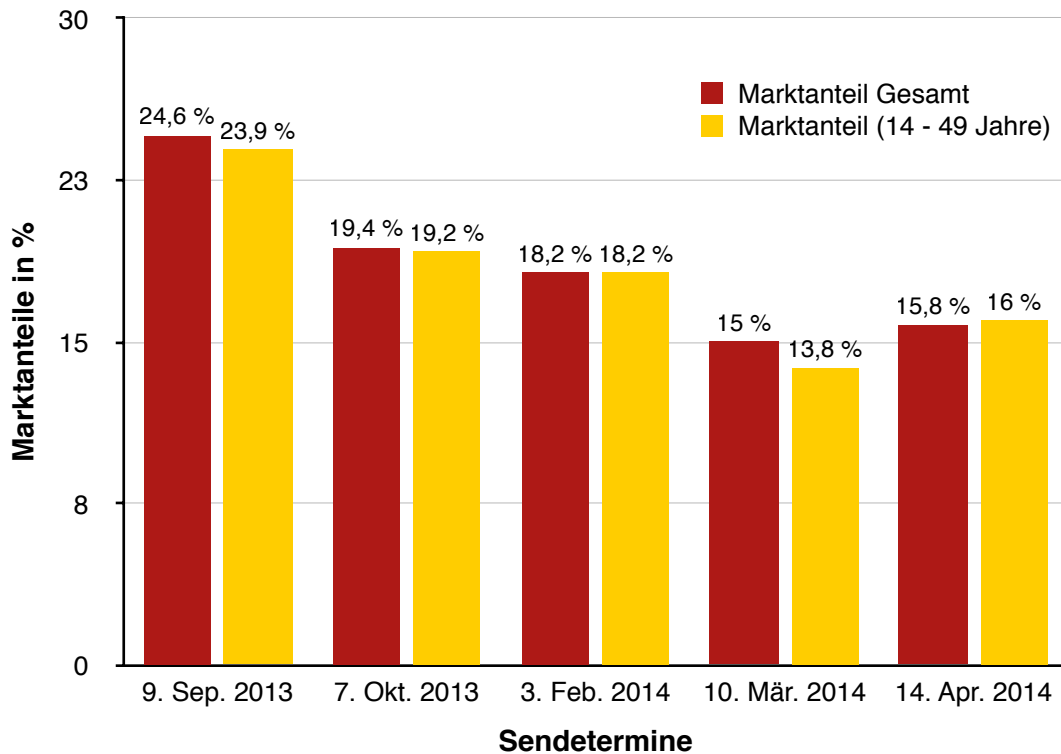
<sup>266</sup> vgl. bild.de (Hrsg.): „Die 2“-Quoten auf Samstagabend-Nivea. 7 Gründe, warum Gottschalk und Jauch unschlagbar sind. In: <http://www.bild.de/unterhaltung/tv/die-2/7-gruende-warum-gottschalk-jauch-im-doppelpack-unschlagbar-sind-32719346.bild.html>, (aufgerufen am 23.05.14)

<sup>267</sup> Huber

<sup>268</sup> vgl. Mantel, Uwe: Gefragte Wiedervereinigung.

und der Wahlarena mit der Bundeskanzlerin Angela Merkel (3,18 Millionen)<sup>269</sup> durch. Das Online-Portal für Marketing, Werbung und Medien, *Horizont.net*, lobte den überzeugenden Einstieg der Sendung an jenem Montag zur Primetime.

**Abbildung 6:** Marktanteile der *RTL-Show Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE* vom 09. September 2013 bis zum 14. April 2014 (in Millionen)



Quelle: In Anlehnung an *Quotenmeter*<sup>270</sup>

Aus den Worten des Portals: „Sie können’s noch“<sup>271</sup>, wird ersichtlich, dass sie in Gottschalk und Jauch die Fähigkeit erkennen, eine große Bandbreite von Zuschauern anzuziehen. Aber trotz der hohen Meinung über den Tagessieg merkte das Portal an, dass man zunächst den weiteren Verlauf abwarten müsse, um ein unverfälschtes Ergebnis, bezüglich des Erfolgskurses der Gameshow, zu erhalten. „Bei der nächsten Ausgabe [...] wird sich zeigen, ob und wie stark der Neugiereffekt die Zuschauerzahlen

<sup>269</sup> vgl. *Horizont.net* (Hrsg.): TV Quoten. „Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen alle“ lockt fast 7 Millionen Zuschauer an.

In: [http://www.horizont.net/marktdaten/tvquoten/pages/Die-2---Gottschalk-und-Jauch-locken-fast-7-Millionen-Zuschauer-an\\_5785.html](http://www.horizont.net/marktdaten/tvquoten/pages/Die-2---Gottschalk-und-Jauch-locken-fast-7-Millionen-Zuschauer-an_5785.html), (aufgerufen am 27.05.14)

<sup>270</sup> Sanchez, Manuel Nunez: „Die 2“ wieder im Aufwind. In: <http://www.quotenmeter.de/n/70165/die-2-wieder-im-aufwind>, (aufgerufen am 26.05.14) und Riedner, Fabian: Primetime-Check: Montag, 14. April 2014. In: <http://www.quotenmeter.de/n/70168/primetime-check-montag-14-april-2014>, (aufgerufen am 26.05.14)

<sup>271</sup> *Horizont.net* (Hrsg.): „Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen alle“ lockt fast 7 Millionen Zuschauer an.

in die Höhe getrieben hat“<sup>272</sup>, so *Horizont.net*. Das Internet-Magazin *ok!* schließt sich dieser Meinung an. Laut *ok!* seien beide Hauptakteure zwar die „Alphatiere des Showbusiness [...] [und] die Nation wollte das Zusammentreffen [...] sehen“<sup>273</sup>, jedoch müsse man „[m]al abwarten, ob ‚Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen alle‘ ein weiteres Mal auf so gute Quoten hoffen d[ürfen]“<sup>274</sup>. Diese Hoffnung bestätigt sich nicht. Bereits in der zweiten Sendung kommt es zu einer verminderten Zuschauerbeteiligung – ganze 1,3 Millionen weniger als zur Pilotfolge. Für *RTL* bedeutet das, trotz dieser Einbußen, jedoch erneut den Tagessieg.<sup>275</sup>

Bevor nun der weitere Verlauf der Quoten analysiert wird, ist es hilfreich, sich die Frage zu stellen, ob die erreichten Zahlen und Prozentwerte überhaupt repräsentativ im Vergleich zum Rest der Woche sind. Dem Privatsender wird der Sieg über andere Sender zugesprochen, doch wie hoch ist eigentlich die Fernsehkonkurrenz am Montag zur Primetime-Zeit? Wirft man einen Blick auf die Auswahl der Programme, so wird schnell deutlich, dass der „Montag [...] eigentlich kein Showtag [ist]“<sup>276</sup>. Die *ARD* zeigt beispielsweise Dokumentationen, Spielfilme, Thriller oder Krimis. Im *ZDF* hingegen, das bekannt für seinen Montagsfilm ist, können die Zuschauer ab 20:15 Uhr vorrangig Kriminalfilme und ebenfalls Thriller sehen.<sup>277</sup> Montags laufen also primär Filme oder Wiederholungen auf den öffentlich-rechtlichen Sendern. Bei den Privaten wird eine ähnliche Ausrichtung deutlich. Im Primetime-Angebot vom 09.09.2013 strahlte *Sat.1* zwei amerikanische Krimi- und Thrillerserien aus, *The Mentalist* ab 20:15 Uhr, gefolgt von der Serie *Castle* ab 21:15 Uhr.<sup>278</sup> Auf *ProSieben* sahen die Zuschauer vordergründig Comedy-Serien und Unterhaltungsprogramme.<sup>279</sup> Mit der Gameshow *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE* wird dem Zuschauer allerdings ein gänzlich anderer Inhalt angeboten, der sich thematisch von der Konkurrenz unterscheidet. Zu vermuten

---

<sup>272</sup> *Horizont.net* (Hrsg.): "Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen alle" lockt fast 7 Millionen Zuschauer an.

<sup>273</sup> o.A., Catarina: 'Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen alle' - So war die Show. Ein Hoch auf die Männerfreundschaft.

In: <http://www.ok-magazin.de/entertainment/tv/20585/die-2-gottschalk-und-jauch-gegen-alle--so-war-die-show>, (aufgerufen am 27.05.14)

<sup>274</sup> ebd.

<sup>275</sup> vgl. Schering, Sidney: Primetime-Check: Montag, 7. Oktober 2013.

In: <http://www.quotenmeter.de/n/66606/primetime-check-montag-7-oktober-2013>, (aufgerufen am 27.05.14)

<sup>276</sup> Sichtermann, Barbara: "Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen alle“. Game-Quatsch mit Showstars. In: <http://www.tagesspiegel.de/medien/die-2-gottschalk-und-jauch-gegen-alle-game-quatsch-mit-showstars/8899964.html>, (aufgerufen am 27.05.14)

<sup>277</sup> vgl. TVProgramm24.com (Hrsg.): TV-Programm Mo. 02.06.2014 (Hauptsender).

In: <http://www.tvprogramm24.com/2014-06-02/index.html>, (aufgerufen am 27.05.14)

<sup>278</sup> vgl. TVProgramm24.com (Hrsg.): SENDUNGSARCHIV MONTAG, 09. SEPTEMBER 2013.

In: <http://www.tv-media.at/programm/SAT1/2013-09-09>, (aufgerufen am 27.05.14)

<sup>279</sup> vgl. ebd.

ist, dass aufgrund der großen Beliebtheit der „TV-Lieblinge“<sup>280</sup> bei den Zuschauern die Sehbeteiligung an jenem Abend besonders groß war. Auch in der zweiten Folge lag RTL mit seinen Quoten vorn.<sup>281</sup>

Allerdings geht die Idee von *RTL*, sich mit seiner Gameshow am Montagabend fortdauernd die Quoten vor der Konkurrenz zu sichern, nicht auf. Betrachtet man nämlich den weiteren Verlauf der Zuschauerbeteiligung, so ist ein konstanter Abfall festzustellen. Bereits nach der ersten Show sanken die Zahlen. Und dieser Trend setzte sich kontinuierlich fort. Im März wurden die bisherigen Tiefstwerte erreicht. Hier konnten *Die 2* lediglich 4,26 Millionen Menschen vor die Fernseher locken. Nach nur vier Ausstrahlungen büßte die Show weitere 2,6 Millionen Zuschauer ein. Das Online-Fernsehmagazin *Quotenmeter* schätzte den Rückgang der jungen *RTL*-Zielgruppe als problematisch ein. „Besonders kritisch war jedoch die Resonanz des wichtigen werberelevanten Publikums zu bewerten, wo mit 13,8 Prozent nur noch ein Wert auf Höhe des Senderschnitts verbucht wurde.“<sup>282</sup> Der Anteil sank unter die Fünfzehn-Prozent-Hürde und folglich „unter die RTL-Normalwerte [...]“<sup>283</sup>. Stattdessen schauten die Zuschauer an jenem Abend *ProSieben*. Zwischen 20:15 Uhr und 22:15 Uhr wurden dort vier Folgen der Comedy-Serie *The Big Bang Theory* gezeigt. Ganze 1,78 Millionen der werberelevanten Zielgruppe verfolgt diese, was *ProSieben* einen Marktanteil von 15,8 Prozent verschaffte.<sup>284</sup> Erst in der fünften Ausgabe der Sendung konnten sich die Werte erstmals stabilisieren und stiegen von 4,26 Prozent auf 4,57 Prozent an. Auch bei der Zielgruppe des 14. bis 49. Lebensjahres konnte ein erkennbarer „Aufwind“<sup>285</sup> festgestellt werden. Trotzdem, so der Journalist Sanchez, sei es „noch immer der zweitschwächste Wert in der Formathistorie [...]“<sup>286</sup>. Darum schlussfolgert er: „Allzu weit [sic] bergab sollten sich die Werte demnach nicht mehr entwickeln, sofern man bei dem Format langfristig denkt.“<sup>287</sup> Der Journalist formuliert hier deutlich seine Bedenken, die er bezüglich der Quotenentwicklung (siehe Abbildung 7) hat.

---

<sup>280</sup> Sichtermann

<sup>281</sup> vgl. Schering, Sidney: Primetime-Check: Montag, 7. Oktober 2013.

<sup>282</sup> Sanchez: „Die 2“ wieder im Aufwind.

<sup>283</sup> Schröder, Jens: Starke Verluste: „Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen Alle“ bricht ein. In: <http://meedia.de/2014/03/11/deutliche-verluste-die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-bricht-ein/>, (aufgerufen am 26.05.14)

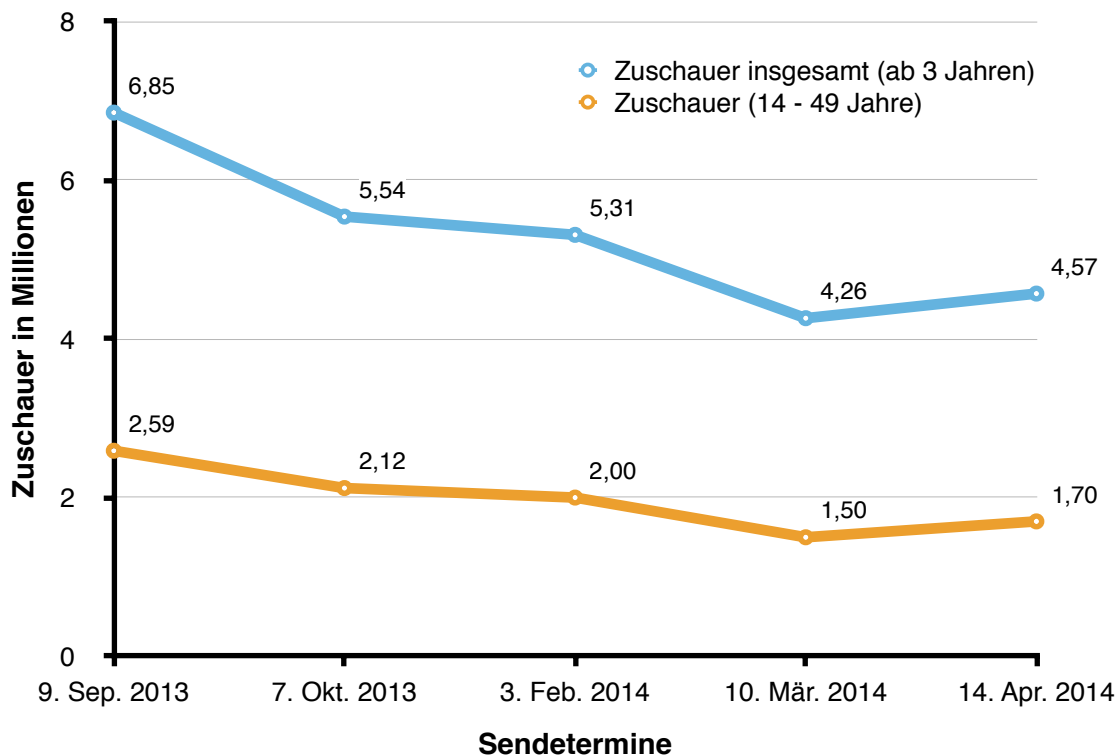
<sup>284</sup> vgl. ebd.

<sup>285</sup> Sanchez: „Die 2“ wieder im Aufwind.

<sup>286</sup> Sanchez: „Die 2“ wieder im Aufwind.

<sup>287</sup> Sanchez, Manuel Nunez: „Die 2“ mit weiteren Verlusten. In: <http://www.quotenmeter.de/n/68824/die-2-mit-weiteren-verlusten>, (aufgerufen am 27.05.14)

**Abbildung 7:** Zuschauer der RTL-Show *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE* vom 09. September 2013 bis zum 14. April 2014 (in Millionen)



Quelle: In Anlehnung an *Wikipedia*<sup>288</sup>

Vergleicht man die Lebensdauer eines Formats bei einem privaten- mit dem eines öffentlich-rechtlichen Senders, so wird schnell deutlich, wie sich die Komponenten des dualen Rundfunksystems voneinander unterscheiden. Die Ersten, Zweiten und Dritten finanzieren sich durch die Rundfunkbeiträge der deutschen Bevölkerung. Allein im Jahr 2012 nahmen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Summen in Höhe von 7,5 Milliarden Euro ein.<sup>289</sup> Aufgrund solcher Gelder können Sendungen, wie beispielsweise *Wetten, dass..?*, über drei Jahrzehnte existieren. Anfang 2014 verkündete das ZDF die Show Ende des Jahres einzustellen. Der Programmdirektor Norbert Himmler macht die Modifikation des Fernsehmarktes und die „veränderten Sehgewohnheiten [...]“<sup>290</sup> dafür verantwortlich. Die Sendung sei nicht mehr zeitgemäß und würde den Anforderungen des Publikums nicht mehr gerecht werden.<sup>291</sup> Heutzutage besitzt jeder die Möglichkeit,

<sup>288</sup> o.A., Letterbox: „Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ – Versionsgeschichte. In: [http://de.wikipedia.org/wiki/Die\\_2\\_-\\_Gottschalk\\_%26\\_Jauch\\_gegen\\_ALLE](http://de.wikipedia.org/wiki/Die_2_-_Gottschalk_%26_Jauch_gegen_ALLE), (aufgerufen am 27.05.14)

<sup>289</sup> vgl. GEZ (Hrsg.): GEZ-Geschäftsbericht 2012. In: <http://www.rundfunkbeitrag.de/e1645/e2461/GB2012.pdf>, (aufgerufen am 27.05.14)

<sup>290</sup> Zeit Online (Hrsg.): ZDF-Show. „Wetten, dass...?“ wird eingestellt. In: <http://www.zeit.de/kultur/film/2014-04/wetten-dass-wird-abgesetzt>, (aufgerufen am 27.05.14)

<sup>291</sup> vgl. ebd.



sich das Fernsehprogramm nach seinen persönlichen Bedürfnissen zusammenzustellen.<sup>292</sup> Privatsender haben hingegen keine Möglichkeit, über mehrere Jahre an einer Sendung festzuhalten, die kontinuierlich an Zuschauerbeteiligung einbüßen muss. Die Devise von *ProSieben*, *RTL* und Co. lautet Gewinnmaximierung durch kommerzielle Mittel, da sie zu privatwirtschaftlichen Unternehmen gehören.<sup>293</sup> Sie können sich keine Fehlritte erlauben, denn das Risiko, Profit einzubüßen, ist, angesichts der existierenden Konkurrenz, hoch. So ist es in der privaten Fernsehbranche üblich, dass es „[k]eine [lange] Schonfrist“<sup>294</sup> gibt. So wurde beispielsweise die *RTL-Comedy-Serie Schmidt - Chaos auf Rezept* nach der zweiten ausgestrahlten Folge eingestellt. „Leider konnten wir auch mit der zweiten Folge von 'Schmidt - Chaos auf Rezept' nicht genügend Zuschauer erreichen“, teilte eine Sprecherin des Senders mit.“ Formatideen mit schwachen Einschaltquoten implizieren dementsprechend eine kurze Präsenz auf dem privaten Fernsehmarkt. Die Bedenken, die der Online-Journalist Sanchez bezüglich der weiteren Entwicklung von *Die 2* äußert, können, infolge der angegebenen Gründe, als gerechtfertigt eingeschätzt werden.

Trotz scheinbar stimmiger Elemente verfolgen die Quoten der Sendung einen stetigen Abwärtstrend. Da der Erfolg einer Fernsehshow in erster Linie anhand der Einschaltquoten ermittelt wird, müssen demzufolge Unstimmigkeiten innerhalb des Konzeptes Ursache für dieses Phänomen sein.

### 3.3 Vorwürfe am Sendekonzept, scheinbare Adaption und Konkurrenzorientierung

Bereits nach der ersten ausgestrahlten Folge kursieren kritische Meinungen bezüglich des vermeintlich unausgereiften Konzeptes. So beschreibt *Quotenmeter* die Show als „unfertig“<sup>295</sup>, was auch von der *Westdeutsche Allgemeine Zeitung (WAZ)* bestätigt wird. Ihrer Auffassung nach weiß der Zuschauer nicht, worauf er sich in der Show einlassen soll. „[D]ie neue Sendung [will] alles auf einmal sein [.]: Promi-Porträt, Quiz und Gameshow“<sup>296</sup>, so die *WAZ*. *Focus Online* schreibt der Sendung „die Beliebigkeit einer

<sup>292</sup> vgl. Garaventa, Andreas: Showmaster, Gäste und Publikum. Über das Dialogische in Unterhaltungsshow. In: Böhler, Michael; Burger, Harald; von Matt, Peter et al.: Zürcher Germanistische Studien, S. 30f

<sup>293</sup> vgl. Karstens; Schütte, 3. Auflage, S. 19 f.

<sup>294</sup> o.A., s2thhenn (gewählter Nutzernamen): Keine Schonfrist für Fernsehformate und Mitarbeiter. In: <http://weblog.medienwissenschaft.de/archives/5278>, (aufgerufen am 27.05.14)

<sup>295</sup> Schering, Sidney: Gottschalk & Jauch gegen das lahme Konzept.

<sup>296</sup> Juknat, Ingo: RTL-Format. Gottschalk und Jauch von "Die 2"-Konzept bei RTL überfordert. In: <http://www.derwesten.de/kultur/fernsehen/gottschalk-und-jauch-von-die-2-konzept-bei-rtl-ueberfordert-id8424200.html>, (aufgerufen am 02.06.14)

Streublumenwiese [...]“<sup>297</sup> zu. Es gäbe demnach kein eindeutiges Konzept, das man stringent bei einer Zeit von fast 3 Stunden verfolge.<sup>298</sup> Das Publikum würde damit eindeutig überfordert werden.<sup>299</sup>

Außerdem fehle es an Tempo und Spannung, die für eine erfolgreiche Spielshow Voraussetzung seien. Das Onlineportal *Quotenmeter* merkt an diesem Punkt eine durchwegs „zähe [...] Umsetzung“<sup>300</sup> an. Hierfür ein Beispiel: Während der Pilot-sendung sollte in einer Disziplin geschätzt werden, ob das Studiopublikum oder eine Millionen Euro in ein Cent-Münzen mehr wiegen. Zunächst öffnete sich ein Zeitfenster, in dem die 500 Vertreter im Saal ihre Stimme abgeben konnten und die Fernsehzuschauer anrufen durften. Während die Stimmen ausgezählt wurden, um das endgültige Ergebnis des Zuschauervotings zu verkünden, zeigte man zur Abwechslung Fotos aus Gottschalks und Jauchs Vergangenheit. Als „charmante Erzähler [...]“<sup>301</sup> kommentierten die Beiden die Bilder. Diese Einspieler, welche die Wartezeit überbrücken sollen, wurden von der öffentlichen Berichterstattung als „mehr bemüht als vergnügt [...]“<sup>302</sup> eingeschätzt. „Das war sympathisch und nett anzuschauen, aber das Quiz [...] geriet dadurch eher zur Nebensache“<sup>303</sup>, schlussfolgerte *T-Online.de*. Erst nachdem alle Stimmen ausgezählt waren, durften Gottschalk und Jauch ihre Meinung zur Schätzfrage geben. Auffällig hierbei: Den Beiden wurde hier, im Vergleich zu ihren Herausforderern, kein konkretes Zeitfenster gegeben. Schöneberger, die in ihrer Moderatorinnen-Rolle als Schiedsrichter fungierte, hat ihnen keine Zeit für die Aufgabenstellung vorgegeben, sodass Gottschalk und Jauch mehr Möglichkeiten hatten, ihre Vermutung zu prüfen. Sie holten sich zunächst diverse Personen aus dem Publikum auf die Bühne, um sie vergleichsweise zu wiegen und spekulierten über einen möglichen Wert. Dann stellten sie sich selber auf die Waage. *T-Online.de* kommentierte diese Aktion mit den Worten: „Wen es interessiert [...]“<sup>304</sup> und lässt damit ihre Meinung bezüglich der Relevanz jener Handlung anklingen. Nachdem sich die Kontrahenten einigen konnten, sind bereits über zehn Minuten vergangen. Die Organisation für die Beantwortung der Fragen verlangsamten den Spielablauf deutlich. Auch in an-

---

<sup>297</sup> Strobel, Beate: "Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen alle". Wenn Jauch mit Gottschalk an der Studiotechnik scheitert. In: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/focus-fernsehclub/dummy-neu-tv-kolumne-dummy-neu-tv-kolumne\\_id\\_3588748.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/focus-fernsehclub/dummy-neu-tv-kolumne-dummy-neu-tv-kolumne_id_3588748.html), (aufgerufen am 02.06.14)

<sup>298</sup> vgl. Schering

<sup>299</sup> vgl. Juknat

<sup>300</sup> Schering

<sup>301</sup> T-Online.de (Hrsg.): "Die 2"-Premiere. Jauch und Gottschalk langweilten mit Improvisations-Fernsehen. In: [http://www.t-online.de/unterhaltung/tv/id\\_65384536/-die-2-thomas-gottschalk-und-guenther-jauch-langweilen-mit-rtl-show.html](http://www.t-online.de/unterhaltung/tv/id_65384536/-die-2-thomas-gottschalk-und-guenther-jauch-langweilen-mit-rtl-show.html), (aufgerufen am 02.06.14)

<sup>302</sup> Schering

<sup>303</sup> T-Online.de

<sup>304</sup> ebd.

deren Wettkämpfen ist dies erkennbar. Journalistenstimmen sprechen deshalb von einer „lahme[n] Primetime-Nummer [...]“<sup>305</sup> und geben beispielsweise Barbara Schöneberger die Schuld dafür. Im Gegensatz zu anderen Moderatoren, würde es ihr an „Dreistigkeit“<sup>306</sup> und Durchsetzungskraft fehlen. Sie schaffe es nicht, Jauch und Gottschalk zu unterbrechen, wenn sie miteinander diskutieren, oder von ihrer Karriere erzählen. Stattdessen ließe die Moderatorin sie gewähren und folglich verliere die Show zunehmend an Tempo.<sup>307</sup> „Aus dem erhofften Event ist [...] bloß eine showgewordene Schlaftablette geworden“<sup>308</sup>, lautet das Resümee.

Neben den Unstimmigkeiten innerhalb des Sendekonzeptes, unterbrachen zusätzlich technische Probleme den Showablauf in mehreren Folgen. So verlief eine Live-Schaltung zu dem Komiker Otto Waalkes, der für das Spiel *Otto macht blau* ein Lied über alkoholische Getränke vorsingen sollte, mit mehrfachen Tonproblemen.<sup>309</sup> Aber auch „Telefonschalten zu Zuschauern in ihren eigenen vier Wänden holpterten mit schöner Regelmäßigkeit [...]“<sup>310</sup>, kritisiert Schering von *Quotenmeter*. Nachdem eine komplette LED-Wand im Finale der dritten Sendung ausgefallen war, leuchtete Günther Jauch provisorisch mit einer Taschenlampe, um Lichteffekte zu simulieren, nachdem zwei Techniker erfolglos versuchten, ein Kabel für die Lichtwand auszutauschen.<sup>311</sup> Die Presse spricht von „Improvisations-Fernsehen“<sup>312</sup> und „fast [ungewollter] Situationskomik [...]“<sup>313</sup>. Neben diesen angeführten technischen Aussetzern zerplatzte der Ballon während des Spiels *Der große Knall* nicht, sodass der Moderatorin die Quizfragen ausgehen. Allen Anschein nach war die Sendung auf diese Eventualität nicht vorbereitet. So musste Schöneberger im Studio zugeben: „Ihr werdet es nicht glauben, ich habe keine Fragen mehr.“<sup>314</sup> Daraufhin schaltete sich der Regisseur aus dem Off ein. Er versicherte, dass neue Fragen kommen. Jauch schlägt dann jedoch alternativ vor, den Gewinn von 100.000 Euro wegen technischer Gründe zu teilen, da „hier [...] ja nichts [funktioniert]“<sup>315</sup>. Das Finale musste somit vorzeitig beendet, obwohl der herausfordernde Kandidat bis zur Spielunterbrechung in Führung lag. Gottschalk erhöhte deshalb das Preisgeld des Kandidaten von 50.000 Euro auf 60.000 Euro. „Für den ist es

---

<sup>305</sup> Schering

<sup>306</sup> ebd.

<sup>307</sup> vgl. ebd.

<sup>308</sup> ebd.

<sup>309</sup> vgl. Sendung „Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ vom 09.09.2013

<sup>310</sup> Schering

<sup>311</sup> vgl. Sendung „Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ vom 03.03.2014

<sup>312</sup> T-Online.de

<sup>313</sup> T-Online.de

<sup>314</sup> Sendung „Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ vom 03.03.2014

<sup>315</sup> ebd.

trotzdem ein schlechter Deal“<sup>316</sup>, kommentierten die Online-Journalisten Peters und May den Ausgang. Immerhin stand die Chance hoch, dass, nach 15-minütiger Spielzeit, der Ballon bei ihm geplatzt wäre, da er als nächstes Luft in den Ballon hätte pumpen müssen.<sup>317</sup> Das Urteil der Presse über diesen Ausgang: „Was für eine Pannen-Serie!“<sup>318</sup>

Unabhängig davon deuten zusätzlich mehrere Anhaltspunkte darauf hin, dass die Sendung sich teilweise an anderen erfolgreichen Unterhaltungsshow zu orientieren versucht. Nachdem *RTL* im Juni 2013 erste Informationen über die Sendung offenbart hat, so schlussfolgert die Presse, dass es „[s]o eine Art ‚Schlag den Raab‘ meets ‚Fünf gegen Jauch‘ [werden soll]“<sup>319</sup>. Nach der erste Folge bestätigt sich für viele von ihnen diese Vermutung, da eindeutige Parallelen gezogen werden konnten. Doch hinsichtlich welcher Elemente bedient sich die Eigenproduktion von *RTL*? Um mögliche Übereinstimmungen zu finden, folgt nun ein Sendungsvergleich.

In der *ProSieben*-Sendung *Schlag den Raab* tritt jeweils ein Kandidat gegen den Fernsehmoderator und Entertainer Stefan Raab in bis zu 15 unterschiedlichen Glücks-, Sport-, Geschicklichkeits-, Taktik- und Wissensspielen an. Zu Beginn der Sendung stehen dem Fernsehzuschauer fünf vorher gecastete Personen zur Auswahl, die mit jeweils einem kurzen Videoclip vorgestellt werden. Darin wollen sie dem Zuschauer zum Beispiel ihre sportlichen Fähigkeiten präsentieren und ihnen zeigen, dass sie die Voraussetzungen haben, Raab zu besiegen. In einem vorgegebenen Zeitfenster können die Fernsehzuschauer via Telefonanruf oder per SMS für ihren Favoriten abstimmen. Der Kandidat mit den meisten Punkten tritt dann gegen den Entertainer und zeitgleich Erfinder dieses Formates an. Das Preisgeld wird in jeder Folge um 500.000 Euro erhöht. Kann der Herausforderer Raab schlagen, so geht der Gewinn an ihn. Verliert er jedoch, wird der Gewinn für die nächsten Folge erhöht.<sup>320</sup>

Stellt man dieses Konzept der Spielsendung *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE* gegenüber, so sind eindeutig Gemeinsamkeiten zur Raab-Show festzustellen. Die Grundideen sind hier nahezu identisch: Kandidaten haben die Möglichkeit, gegen einen prominenten Gastgeber in unterschiedlichen Wettkämpfen, bestehend aus

---

<sup>316</sup> Peters, Bernd; May, Sebastian: Zu wenig Fragen, Schummelei. Jauch-Gottschalk-Show "Die 2" wird zur Pannen-Serie. In: <http://www.express.de/promi-show/zu-wenige-fragen--schummelei-jauch-gottschalk-show--die-2--wird-zur-pannen-serie,2186,26084130.html>, (aufgerufen am 02.06.14)

<sup>317</sup> vgl. ebd.

<sup>318</sup> ebd.

<sup>319</sup> Meedia (Hrsg.): RTL-Show: Gottschalk & Jauch gegen Alle. In: <http://meedia.de/2013/07/01/rtl-show-gottschalk-jauch-gegen-alle/>, (aufgerufen am 03.06.14)

<sup>320</sup> vgl. ProSieben (Hrsg.): So funktioniert Schlag den Raab. In: <http://www.prosieben.de/tv/schlag-den-raab/show>, (aufgerufen am 03.06.14)

Quizfragen und Aktionsspielen, anzutreten. Der Gewinner erhält eine Geldprämie. Die *i&u* TV-Produktion unterscheidet sich von der Unterhaltungsshow auf *ProSieben* lediglich darin, dass es gegen zwei statt eine prominenten Persönlichkeit anzutreten gilt und dabei das ganze Publikum die Herausforderer sind. Erst zum Schluss darf einer von ihnen, der am schnellsten alle Fragen richtig beantwortet hat, im Finale gegen Günther Jauch und Thomas Gottschalk antreten. Wenn der Kandidat verliert, spenden die Fernsehmoderatoren den Gewinn an soziale Einrichtungen und es gibt keinen Jackpot, der bei der nächsten Show höher ist.

Bezüglich der Gastauftritte sind weitere Parallelen auszumachen. Die prominenten Gäste werden in beiden Sendungen in den dafür vorgesehene Disziplinen eingebaut. Bei *Schlag den Raab* fungiert der deutsche Fernsehmoderator Elton in dem Wissensquiz *Blamieren oder Kassieren* als Fragesteller und Showmaster und löst für dieses Spiel den Moderator Steven Gätjen kurzzeitig ab.<sup>321</sup> In der *RTL*-Gameshow unterstützen die Prominenten die Kandidaten während des Wettkampfes, indem sie zusammen gegen das Team von Gottschalk und Jauch antreten, oder der eingeladene Gast in die Aufgabenstellung integriert wird.<sup>322</sup> Die *Berliner Zeitung* (*B.Z.*) hinterfragt kritisch, ob die Orientierung bei der Konkurrenz wirklich unbeabsichtigt war.<sup>323</sup> „[H]aben die Show-Dinos es wirklich nötig, Pro7 zu kopieren?“<sup>324</sup> Immerhin, so die Zeitung, sei der Kölner Sender marktführende Instanz. Gleichwohl ist *Schlag den Raab* ein sehr erfolgreiches Format, das die Zuschauerzahlen konsequent oben hält und dessen Idee vermehrt an Fernsehsender ins Ausland verkauft wurde.<sup>325</sup> Jedoch weist *RTL* die Anklagen gegen eine vermeintliche Kopie des Konzeptes von sich: „Einen Abklatsch von irgendwelchen Sendungen machen wir nicht“.<sup>326</sup>

Neben diesen Vorwürfe, werden dem Sender von Kritikern zusätzlich Parallelen zur eigenen Quizsendung *5 gegen Jauch* vorgehalten.<sup>327</sup> In der von *i&u TV* produzierten Show treten fünf ausgewählte Kandidaten gegen Günther Jauch in einem Wissensduell an und können bis zu 300.000 Euro gewinnen. Es wird deutlich, dass *RTL* den inhaltlichen Kern und den Hauptakteur Günther Jauch für die neue Eigenpro-

---

<sup>321</sup> vgl. *ProSieben*

<sup>322</sup> vgl. Sendung „Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ vom 09.09.2013 und 14.04.2014

<sup>323</sup> vgl. *B.Z.* (Hrsg.): Gottschalk und Jauch. Müssen Show-Dinos wirklich Pro7 kopieren?. In: <http://www.bz-berlin.de/artikel-archiv/muessen-show-dinos-wirklich-pro7-kopieren>, (aufgerufen am 03.06.14)

<sup>324</sup> ebd.

<sup>325</sup> vgl. ebd.

<sup>326</sup> Antonioni, Marina: Reaktion auf Vorwurf der „Kopie“. *RTL*: Gottschalk-Jauch-Show ist nicht von Raab geklaut. In: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/reaktion-auf-vorwurf-der-kopie-rtl-gottschalk-jauch-show-ist-nicht-von-raab-geklaut\\_aid\\_1032128.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/reaktion-auf-vorwurf-der-kopie-rtl-gottschalk-jauch-show-ist-nicht-von-raab-geklaut_aid_1032128.html), (aufgerufen am 03.06.14)

<sup>327</sup> vgl. *Meedia*

duktion verwendet. Darüber hinaus haben Gottschalk und sein Teamkollege, genau wie bei der Jauch-Quizsendung, die Intention, ihre Geldprämien für einen gemeinnützigen Zweck zu spenden.<sup>328</sup> Die Zuschauer bei *5 gegen Jauch* können den fünf Herausforderern im Duell helfen, indem sie als Publikumsjoker fungieren und bei richtig beantwortete Frage 500 Euro gewinnen können. Hier werden weitere Ähnlichkeiten deutlich, da die Kandidaten in der Spielshow in *Die 2* auch als eine Art Joker eingesetzt werden. Wenn einer von ihnen per Zufallsverfahren ausgesucht wurde, tritt er oder sie gegen das Prominenten-Duo an und unterstützt dabei das Zuschauer- und Publikumsteam. Dafür erhalten sie ein Kandidatengeld von jeweils 2000 Euro, allerdings unabhängig davon, ob sie in der Disziplin gewinnen oder nicht.

Schaut man sich den Studioaufbau der beiden Sendungen an, so lassen sich weitere Übereinstimmungen finden. Grund dafür: „Als Kulisse dient das Studio 8 der nobeo-Studios in Hürth, in dem sonst ‚5 gegen Jauch!‘ aufgezeichnet wird.“<sup>329</sup> Ferner weisen Ausleuchtung und Farbwahl Ähnlichkeiten auf. So ist die Farbe Rot in beiden Sendungen die dominierende Grundfarbe.<sup>330</sup> Das kann in erster Linie darin begründet werden, dass die Studiogestaltungen vom den Licht- und Mediendesignern der Firma *mo2 design* entworfen wurde.<sup>331</sup>

Die Gameshow weist eindeutig verwandte Elemente aus den Sendungen *Schlag den Raab* und *5 gegen Jauch* auf. Trotzdem verteidigt der Sender das Konzept und scheint keine Parallelen zu sehen. Aus diesem Anlass wird die Show von der Presse kritisiert. Anschuldigungen an das vermeintlich „unfassbar [...] langweilig[e] [...]“<sup>332</sup> Sendekonzept, beschreibt die öffentlichen Berichterstattung umfassend. Die absinkenden Quoten weisen auf ein vermindertes Zuschauerinteresse hin, welches im Kontrast zu dem anfangs erhofften Zuspruch steht.

---

<sup>328</sup> vgl. RTL (Hrsg.): *5 gegen Jauch: So wollen die Promis spenden.*

In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/5-gegen-jauch/spendenziele-der-promis-2103.html>, (aufgerufen am 03.06.14)

<sup>329</sup> Peters

<sup>330</sup> vgl. *mo2 design* (Hrsg.): *Projekte aus dem Bereich TV.*

In: <http://mo2.de/projekte/tv/>, (aufgerufen am 03.06.14)

<sup>331</sup> vgl. ebd.

<sup>332</sup> Hanfeld, Michael: *Gottschalk und Jauch gegen alle. Deutschland ist ja auch zu dumm.*

In: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/tv-kritik/gottschalk-und-jauch-gegen-alle-deutschland-ist-ja-auch-zu-dumm-12567201.html>, (aufgerufen am 03.06.14)

### 3.4 Erfolgsaussichten der Show

Mit dem kontemporären Sendungskonzept wird *RTL*, auf lange Sicht betrachtet, keinen Erfolg haben. Dies machen die dargelegten Marktanteile und Quoten deutlich.<sup>333</sup> Das hohe Eigenlob, welches Jauchs Produktionsfirma *i&u TV* vorab den Auftritt beider Stars, wie „die größten Show-Giganten Deutschlands“<sup>334</sup> und „[d]as Dream-Team der deutschen Fernsehunterhaltung [...]“<sup>335</sup> zuschrieb, wirkte sich auf die Mehrheit negativ aus<sup>336</sup>. Kritiker behaupten, dass die „Die 2‘ viel von einer öffentlich-rechtlichen Geburtstagsehrung [haben]“<sup>337</sup>. So zeigt man im Show-Intro Fotos aus Gottschalks und Jauchs Jugend. Die Aufmachung erinnert stark an die britische Krimiserie *Die Zwei*, die in den Siebziger Jahren im ZDF ausgestrahlt wurde.<sup>338</sup>

Ferner fehlt es der Show an Spannung und Tempo, wie man es vergleichsweise bei *Schlag den Raab* geboten bekommt. Die Strebsamkeit von Thomas Gottschalk und Günther Jauch unterscheiden sich grundsätzlich von der Gesinnung Raabs. So hat er „einen extremen Ehrgeiz und den absoluten Willen zum Erfolg. [Stefan Raab] kann einfach nicht verlieren.“<sup>339</sup> Diese Einstellung wird einem als Zuschauer in der Show deutlich und lässt den Erfolg von *Schlag den Raab* begründen.<sup>340</sup> In der *RTL*-Spielsendung ist diese Grundhaltung bei den bekannten Moderatoren allerdings nicht erkennbar. Gottschalk sagt selbst in einem Interview: „Wir sind beide [...] in einer Position, wo man nichts mehr beweisen muss und auch gar nichts beweisen will.“<sup>341</sup> So lässt die Aussage Gottschalks vermuten, dass der Gewinn für sie nicht relevant ist. Da der Kern der Spielshow jedoch aus wettkämpferischen Disziplinen besteht, stellt sich die Frage, inwieweit die prominenten Akteure ihrer Rolle als Kontrahenten gerecht werden können.

---

<sup>333</sup> vgl. Abbildung 6, S. 43 und Abbildung 7, S. 46

<sup>334</sup> *i&u TV* (Hrsg.): Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen ALLE. Beschreibung.

<sup>335</sup> ebd.

<sup>336</sup> vgl. T-Online.de (Hrsg.): Medien. Leergut und Haribu: Jauch und Gottschalk gewinnen Show. In: [http://www.t-online.de/unterhaltung/stars/id\\_65387702/-die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-rtl-show-spaltet-fans-auf-facebook.html](http://www.t-online.de/unterhaltung/stars/id_65387702/-die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-rtl-show-spaltet-fans-auf-facebook.html), (aufgerufen am 04.06.14), sowie vgl. Keller, Harald: TV-Kritik: „Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE“. Show-Marathon mit Doppelspitze. In: <http://www.fr-online.de/tv-kritik/tv-kritik---die-2---gottschalk---jauch-gegen-alle---show-marathon-mit-doppelspitze,1473344,24261794.html>, (aufgerufen am: 04.06.14)

<sup>337</sup> T-Online.de (Hrsg.): Medien.

<sup>338</sup> vgl. Hejny, Mathias: Show auf RTL. „Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen alle“: Die Kritik. In: <http://www.abendzeitung-muenchen.de/inhalt.show-auf-rtl-die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-die-kritik.b8118075-8766-491d-8d43-f7ccfd67c2e1.html>, (aufgerufen am 06.06.14)

<sup>339</sup> asklubo.com (Hrsg.): Stefan Raab und sein Ehrgeiz - Deswegen ist er so schwer zu schlagen. In: <http://www.asklubo.com/de/unterhaltung/stefan-raab-und-sein-ehrgeiz-deswegen-ist-er-so-schwer-zu-schlagen>, (aufgerufen am 04.06.14)

<sup>340</sup> vgl. ebd.

<sup>341</sup> Rosenfelder, Andreas: Gottschalk und Jauch. „Ist das ein Pornoproduzent oder ein Intellektueller?“ In: <http://www.welt.de/kultur/medien/article119788323/Ist-das-ein-Pornoproduzent-oder-ein-Intellektueller.html>, (aufgerufen am 04.06.14)

Das prominente Duo würde von den einzelnen Disziplinen nicht genug herausgefordert werden und es käme keine Spannung auf, schreibt die *WAZ*.<sup>342</sup> Beide würden eher eine „gute Mienen zum langweiligen Spiel [machen]“<sup>343</sup> und wirken in vielen Situationen „seltsam blass“<sup>344</sup>. Sie seien bei Weitem nicht so unterhaltsam, wie in anderen Formaten, kommentiert die Zeitung weiter.<sup>345</sup> Dafür bekäme das Publikum und die Zuschauer nostalgischen Erzählungen und „Altherrenattitüde“<sup>346</sup> geboten. Die *Frankfurter Allgemeine* äußert sich diesbezüglich: „[Es ist] [e]ine Nostalgie der Art, wie sie die unverwüstlichen Chart-Shows bei RTL pflegen [...], bei denen die jeweiligen Generationen mitschunkeln können als sei es der ‚Fernsehgarten‘ des ZDF.“<sup>347</sup>

Das derzeitige Konzept wirkt in vielen Punkten unausgereift und bedarf dringend Änderungsmaßnahmen. Nur so kann die Sendung eine reale Chance und langzeitige Zukunft auf dem Fernsehmarkt haben. Ansonsten droht die Gefahr, dass sie vorzeitig abgesetzt wird, wenn eine positive Resonanz der Zuschauerschaft ausbleibt.

## 4. LÖSUNGSANSÄTZE

Der alleinige Auftritt des prominenten Duos, bestehend aus Thomas Gottschalk und Günther Jauch, ist nicht ausreichend, um eine erfolgreiche Sendung zu produzieren. *RTL* hat sich mit der „hauseigene[n] Prominenz [...]“<sup>348</sup> erhofft, die Zuschauer vor den Fernseher zu locken. Jedoch sinkt deren Beteiligung nach der ersten ausgestrahlten Folge kontinuierlich ab. Auslöser ist ein fragmentarisches Show-Konzept, für dessen Optimierung offenbar noch keine Lösung gefunden werden konnte. Allerdings muss der Sender zeitnah Mittel finden, um diese Problematik zu überwinden. Erst dann können die aufgezeigten Kritikpunkte entkräftet werden.

Aus diesem Grund könnte ein möglicher Lösungsvorschlag sein, die Sendezeit, die derzeit 150 bis 180 Minuten einnimmt, kürzer anzusetzen. Damit sind die Akteure bestrebt, schneller Spiele durchzuführen und das Tempo der Show könnte erhöht werden. Darüber hinaus könnte man die Gameshow auf das Wochenende verlegen, statt sie unterhalb der Woche anzusetzen. Insbesondere der Samstag ist für dieses

---

<sup>342</sup> vgl. *WAZ* (Hrsg.): RTL-Show. Jauch und Gottschalk machen bei RTL-Format „Die 2“ gute Mienen zum langweiligen Spiel. In: <http://www.derwesten.de/kultur/fernsehen/jauch-und-gottschalk-machen-bei-rtl-format-die-2-gute-mienen-zum-langweiligen-spiel-id8537523.html>, (aufgerufen am 04.06.14)

<sup>343</sup> ebd.

<sup>344</sup> Juknat

<sup>345</sup> vgl. ebd.

<sup>346</sup> Hanfeld

<sup>347</sup> ebd.

<sup>348</sup> Keller



Unterhaltungsgenre prädestiniert.<sup>349</sup> Dieser Wechsel könnte zu einer höheren Zuschauerquote führen. Die Autorinnen Schäfer und Tenorth sehen ein Potential für dieses Genre: Für sie sind die Samstagabendshows altersübergreifende Events, die man sich zusammen mit der Familie anschaut. Bis heute ist das gemeinsame Verfolgen von Unterhaltungs- und Spielshows zu einer Traditionen im deutschen Fernsehen geblieben.<sup>350</sup>

Des Weiteren sollten die Verantwortlichen der Sendung die Auswahl der Spiele erneut überdenken. Bisher erscheinen viele Disziplinen zu leicht und zu zeitintensiv und fordern die Teams nicht genug heraus. Exemplarisch kann hierfür das Verpacken eines Geschenks herangezogen werden, wo beide Teammitglieder jeweils nur eine Hand verwenden dürfen. Stattdessen kam das Wettkampf-Spiel *Rätselflug* bei den Kritikern sehr gut an, da es einen Kontrast zum angeblich übrigen „Game-Quatsch“<sup>351</sup> darstellte. Die Presse beschrieb diese Disziplin als „Höhepunkt“<sup>352</sup> der Show, der „wirklich höchst unterhaltsame Momente [bot]“<sup>353</sup>. Für dieses Spiel musste sich Günther Jauch an die Kufen eines Helikopters hängen, während Gottschalk Quizfragen beantwortete. Da die Resonanz der Medien für dieses Spiel so positiv ausgefallen ist, sollten die Show-Verantwortlichen an dieser Idee anknüpfen und den Zuschauern vermehrt solche spektakulären Spiele bieten, die von den Wettstreitenden zusätzlich körperliche Herausforderungen fordern.

Das Einführen von Showelemente ist eine weitere Idee, die Zuschauer und das Publikum in ihren konventionellen Sehgewohnheiten zu verblüffen. Die *Harlem Globetrotters* realisierten beispielsweise solch einen Moment mit ihrem Auftritt.<sup>354</sup> Jene internationale Performance brachte Abwechslung in den Sendungsablauf.

Auch einen prominenten Co-Moderator könnte man Barbara Schöneberger zur Seite stellen. Folglich würde damit ein weiterer Spannungseffekt kreiert werden. Ferner könnte dieser Co-Moderator nach jeder Show wechseln, um die Wirkung noch zu verstärken. Denkbare Stars hierfür sind Hape Kerkeling oder Oliver Pocher, die charismatisch und unterhaltend sind. Pocher beweist als Moderator in der Sendung

---

<sup>349</sup> vgl. Schäfer, Sabine; Tenorth, Andrea: Frauen in der zweiten Reihe: Die großen Samstagabend-Shows. In: Röser, Jutta (Hrsg.): Fernsehshows der 90er Jahre: "alles Männer ... oder was?", S. 11

<sup>350</sup> vgl. ebd., S. 11

<sup>351</sup> Sichtermann

<sup>352</sup> Zapper, Frank: „Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen alle“: Viele Kalauer, kein Konzept. In: <https://de.tv.yahoo.com/blogs/tv-kritik/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-viele-kalauer-072815475.html>, (aufgerufen am 12.06.14)

<sup>353</sup> Krei, Alexander: "Die 2" bei RTL: Gottschalk, Jauch und lange nichts. In: [http://www.dwdl.de/meinungen/42509/die\\_2\\_bei\\_rtl\\_gottschalk\\_jauch\\_und\\_lange\\_nichts/](http://www.dwdl.de/meinungen/42509/die_2_bei_rtl_gottschalk_jauch_und_lange_nichts/), (aufgerufen am 12.06.14)

<sup>354</sup> vgl. Sendung „Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ vom 07.10.2013

5 gegen Jauch seine Durchsetzungsfähigkeiten. Der Witz des Komikers Kerkeling würde sich ebenso gut in die Show einfügen. Mit ihnen hätte Schöneberger die Chance, Gottschalk und Jauch in ihren Diskussionen zu bremsen, um einem kontinuierlichen Sendeablauf gerecht zu bleiben. Zeitgleich könnten amüsante Dialoge entstehen, die sowohl Fernsehzuschauer als auch Studiopublikum erheitern.

RTL hat als marktführender Sender in Deutschland die Möglichkeit, diese innovativen Konzeptanpassungen zu realisieren. Mit diesen Lösungsvorschlägen wäre es den Verantwortlichen der Sendung möglich, die Gameshow effektiv umzugestalten, was somit zur Festigung und Anstieg der Quoten führen könnte.

## 5. SCHLUSSBETRACHTUNGEN

Gameshows haben für den deutschen Fernsehmarkt einen bedeutenden Wert. So sieht es beispielsweise auch Marcus Wolter, der Geschäftsführer von der *Endemol Deutschland GmbH*, die u.a. das *Wer wird Millionär*-Format produziert. Für ihn ist dieses Genre „hochaktuell“<sup>355</sup>, denn „[i]n einer Zeit, in der immer mehr Menschen immer weniger mit ihren Händen arbeiten, ist eine Game-Show für viele ein gelungener Ausgleich, eine Entkopplung des Alltags auf Zeit.“<sup>356</sup> Er weist damit auf das Bestreben der Zuschauer hin, sich vermehrt aus der Alltagsroutine zu lösen. Gameshows und Sendungen mit ähnlichen Konzepten bieten hierfür viele Möglichkeiten. Kern jener Spielshows bildet das Abstand nehmen von der Realität und das Eintauchen in eine kreierte Welt, die aus spannenden Wettkämpfen besteht und jene Faszination der Zusehenden auslöst. Angelehnt an den zentralen Grundgedanken, schmücken die Sendungsverantwortlichen das Gerüst der Show mit entsprechenden Elementen aus, die vom Aufbau des Studios, über den Inhalt der Disziplinen, bis hin zu den beteiligten Akteuren vor der Kamera reichen. Doch letztendlich entscheiden die Konsumenten über den Erfolg oder Misserfolg der Sendung.

RTL hatte die Intention, mit seiner neuen Eigenproduktion *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE* eine aussichtsreiche Gameshow zu produzieren. Durch den prominenten Einsatz von Thomas Gottschalk und Günther Jauch, sollte bei der präferierten Hauptzielgruppe der 14 - bis 59 - Jährigen Neugierde geweckt werden, da sie als renommierte Fernsehpersönlichkeiten gelten. Beide Hauptakteure haben versucht, mit der Sendung dem Publikum auf Augenhöhe zu begegnen, indem sie selber als Kandidaten antreten. Als »Stars zum Anfassen« wollten sie dem Zuschauer und dem Studiopublikum Vertrautheit vermitteln. Die Verantwortlichen der Gameshow versprachen sich mit dieser Idee einen positiven Einfluss auf die Einschaltquoten.

Wie die Auswertung der Erfolgsanalyse der Sendung zeigt, konnten *Die 2* bislang die Zuschauer nicht vollständig überzeugen. Der alleinige Auftritt des prominenten Duos reichte schlussfolgernd nicht aus, um den Erfolg der Sendung zu sichern. Insbesondere das fragmentarische Konzept wirkte sich entsprechend negativ auf die Bilanz der Spielsendung aus. Die Bemühungen von *i&u TV* und *RTL*, sich von Inhalten und Sendekonzepten der Konkurrenz inspirieren zu lassen, ist auffallend. Es sind sowohl Adaptionsversuche von *Schlag den Raab* als auch von dem Projekt *5 gegen Jauch* erkennbar. Es drängt sich der Eindruck auf, als habe man gehofft, durch

---

<sup>355</sup> vgl. Focus Online (Hrsg.): Medien.

<sup>356</sup> ebd.

Nachahmung an den Erfolg der anderen Sendungen anzuknüpfen. Der Kölner Privatsender konnte sich nach der Pilotfolge als Tagessieger vor der Konkurrenz kühn, jedoch zeigt der Quotenverlauf einen deutlichen exponentiellen Abwärtstrend bereits nach der zweiten Folge. Die Vermutung, dass die Zuschauer wahrscheinlich nur aufgrund von Neugierde zur Erstaussstrahlung eingeschaltet haben, konnte in dieser Arbeit bestätigt werden.

Resümierend ist *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE* nur eine weitere Gameshow, die einem Trend verfolgt. Sie ist keine Fernsehinnovation, sondern vielmehr eine Zusammensetzung aus unterschiedlichen Elementen, die bereits in anderen Spielsendungen vorhanden sind. Das Konzept wirkt, als hätte man es auf einem Reißbrett entworfen und sich dabei an anderen gleichartigen Konzepten orientiert. Die beiden prominente Spielfiguren wurden der Show hinzugefügt, um ihr ein Alleinstellungsmerkmal zu installieren. Thomas Gottschalk und Günther Jauch sind die Gesichter der Sendung und können während ihres Auftritts für teilweise unterhaltsame Momente sorgen. Allerdings muss *Die 2* ihrem Publikum in Zukunft Variationen bieten. Denn alte Jugendfotos und Filmaufnahmen der Stars, die mit bunten Lichtern untermalt werden, reichen auf Dauer nicht aus, um die Zuschauer weiterhin zum Einschalten zu bewegen. Spannende Modifikationen und die Optimierung des Sendekonzeptes, die sich beispielsweise in musikalischen Show-Acts äußern, können allerdings die Grundlage dafür bilden, Interesse des Beobachters zu wecken. Auch wenn RTL mit der Veränderung des Fernsehmarktes und der Sehgewohnheiten umgehen muss, so hat der Sender die finanziellen Mittel, die Show zu optimieren und auf dem bisherigen Konstrukt aufzubauen. Die Sendung wegen ihrer derzeitigen Quoten vorzeitig abzusetzen, scheint nicht der ideale Weg zu sein. Trotz quotentechnischer Startschwierigkeiten hat *Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE* die Chance, durch Neugestaltung höhere Zuschauerzahlen zu erreichen.

## 6. LITERATURVERZEICHNIS

### MONOGRAFIEN

Altmann, Alexander: Bilder bewegen: Filmen mit digitalen Spiegelreflexkameras. mitp. Heidelberg; München; Landsberg et al. Hamburg 2012, S. 315

Augst, Helen Ann: Das grosse Buch der Umgangsformen. Das Standardwerk des "guten Tons" für alle Bereiche des beruflichen und privaten Lebens. Humboldt Verlags GmbH. Baden-Baden 2004, S. 17, 146

Endlich, Darius: Erlebnis Zoofotografie: Fototipps für Jedermann. Books on Demand GmbH. Norderstedt 2011, S. 54

Faulstich, Werner: Grundkurs Fernsehanalyse. Wilhelm Fink Verlag. Paderborn 2008, S. 38 - 42

Hallenberger, Gerd; Foltin, Hans-Friedrich: Unterhaltung durch Spiel. Quizsendungen und Game Shows des deutschen Fernsehens. Wissenschaftsverlag Volker Spiess. Berlin 1990, S. 186

Heidenreich, Gert: Thomas Gottschalk. Die Biografie. Deutsche Verlags-Anstalt. München 2004, S. 164, 166, 289

Karstens, Eric; Schütte, Jörg: Praxishandbuch Fernsehen: Wie TV-Sender arbeiten, 2. aktualisierte Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften; GWV Fachverlage GmbH. Wiesbaden 2010, S. 158, 159, 171, 183

Karstens, Eric; Schütte, Jörg: Praxishandbuch Fernsehen: Wie TV-Sender arbeiten, 3. Auflage. Springer VS. Wiesbaden 2013, S. 19 f., 152, 156, 170, 171, 172, 395

Matschnig, Monika: Körpersprache. Verräterische Gesten und wirkungsvolle Signale. 2. Auflage. GRÄFE UND UNZER Verlag GmbH. München 2007, S. 91

Stolte, Dieter; Haubrich, Joachim: Wie das Fernsehen das Menschenbild verändert. Verlag C.H. Beck oHG. München 2004, S. 47

### AUFSÄTZE AUS SAMMELBÄNDEN

Armbruster, Stefanie; Mikos, Lothar: Innovation im Fernsehen am Beispiel von Quizshow-Formaten. In: von Gottberg, Joachim; Mikos, Lothar; Prommer, Elizabeth et al.: Alltag, Medien und Kultur. Band 3. UVK Verlagsgesellschaft mbH. Konstanz 2009, S. 88, 134, 136

Garaventa, Andreas: Showmaster, Gäste und Publikum. Über das Dialogische in Unterhaltungsshow. In: Böhler, Michael; Burger, Harald; von Matt, Peter et al.: Zürcher Germanistische Studien. Band 35. Peter Lang AG. Bern; Berlin; Frankfurt am Main et. al. 1993, S. 30f.

Hallenberger, Gerd: Die Quiz- und Game-Show-Zuschauer. Anmerkungen zu den GfK-Zuschauerzahlen der 1986 von den öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten ausgestrahlten Quiz- und Game-Show-Reihen. In: DFG-Sonderforschungsbereich 240 (Hrsg.): Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien. Arbeitshefte Bildschirmmedien Nr. 9. DFG-Sonderforschungsbereich 240. Universität-GH Siegen. 1989, S. 6

Leonhard, Joachim-Felix; Ludwig, Hans-Werner; Schwarze, Dietrich et al.: Medienwissenschaft: Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. In: Leonhard, Joachim Felix; Ludwig, Hans-Werner; Schwarze, Dietrich et al.: Medienwissenschaft: Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 3. Teilband. Walter de Gruyter. Berlin; New York 2002, S. 2338

Mikos, Lothar; Wulff, Hans J.: Intertextuality and situative contexts in game shows: the case of Wheel of Fortune. In: Meinhof, Ulrike H.; Smith, Jonathan: Intertextuality and the media. from genre to everyday life. Manchester University Press. New York 2000, S. 110

Schäfer, Sabine; Tenorth, Andrea: Frauen in der zweiten Reihe: Die großen Samstagabend-Shows. In: Röser, Jutta (Hrsg.): Fernsehshows der 90er Jahre: "alles Männer ... oder was?". LIT Verlag. Münster; Hamburg 1994, S. 11

Strobel, Ricarda; Faulstich, Werner: Die deutschen Fernsehstars. Band 3: Stars für die ganze Familie. In: Strobel, Ricarda; Faulstich, Werner: Die deutschen Fernsehstars. Vandenhoeck & Ruprecht. Göttingen 1998, S. 137-139

Thoma, Helmut: Vollprogramm-Sender. RTL, Köln. Geschichte des Senders, Gesellschafter, Marktanteile, Werbemarkt. In: Fischer, Heinz-Dietrich; Jubin, Olaf (Hrsg.): Privatfernsehen in Deutschland. Konzepte, Konkurrenten, Kontroversen. Institut für Medienentwicklung und Kommunikation GmbH. Frankfurt am Main 1996, S. 70

Trepte, Sabine: Der private Fernsehauftritt als Selbstverwirklichung. Die Option des Auftritts als Rezeptionsphänomen und zur Konstruktion des Selbst. In: Schenk, Michael (Hrsg.): medien Skripten. Beiträge zur Medien- und Kommunikationswissenschaft. Band 39. Verlag Reinhard Fischer. München 2002, S. 12

## **DIPLOMARBEITEN**

Hoffmann, Stefan: Entwicklung einer TV-Movie-Package-Strategie für den deutschen Fernsehmarkt. Diplomarbeit. Hochschule für Film- & Fernsehen Konrad Wolf Potsdam Babelsberg 2005, S. 6

## **NACHSCHLAGEWERKE**

Dudenredaktion (Hrsg.): Duden. Fremdwörterbuch 7., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. In: Wermke, Matthias; Kunkel-Razum, Kathrin; Scholze-Stubenrecht, Werner: Der Duden in zwölf Bänden. Band 5. Dudenverlag. Mannheim; Leipzig; Wien et al. 2001, S. 287, 642

## **VORTRAGSMATERIALIEN**

Medienanstalt Hamburg Schleswig-Holstein (Hrsg.): Schein & Sein. Modul 1. Die Faszination von Reality-TV. Aneignung von Realität, S. 4

## **ZEITUNGSARTIKEL**

Hanefeld, Michael: Der Terminator kehrt zurück. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 08.09.2001

Harprecht, K.: Videor - ergo sum. In: Die Zeit vom 03.06.1999

Keil, Christopher: Der Verdichter. In: Süddeutsche Zeitung vom 13.11.2004

Keil, Christopher: Die Quotenfrucht. In: Süddeutsche Zeitung vom 08.09.1999

Krömer, Dirk: Beim Raten entdeckt. In: Süddeutsche Zeitung vom 21.12.2000

Reents, Edo: Qualität kommt von quälen. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 30.05.2001

Schader, Peer: Die Gute-Laune-Versicherung. In: Berliner Zeitung vom 09.09.2013

## **ZEITSCHRIFTENARTIKEL**

Kühn, Alexander: Es ist sehr lange sehr gut gegangen". In: Stern 14/2010

Lietzberg, Horst: Gottschalk wird der Kuli von morgen. In: Neue Revue 49/1984

Siebenhaar, Peter: Das große Umschalten. In: Handelsblatt 27/2013

## **INTERNETQUELLEN**

Antonioni, Marina: Reaktion auf Vorwurf der „Kopie“. RTL: Gottschalk-Jauch-Show ist nicht von Raab geklaut.

In: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/reaktion-auf-vorwurf-der-kopie-rtl-gottschalk-jauch-show-ist-nicht-von-raab-geklaut\\_aid\\_1032128.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/reaktion-auf-vorwurf-der-kopie-rtl-gottschalk-jauch-show-ist-nicht-von-raab-geklaut_aid_1032128.html), (aufgerufen am 03.06.14)

Antonioni, Marina: RTL-Show als Forschungsobjekt. Wissenschaftler prophezeit den Dschungel-König.

In: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/dschungelcamp/rtl-show-als-forschungsobjekt-wissenschaftler-prophezeit-den-dschungel-koenig\\_id\\_3542150.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/dschungelcamp/rtl-show-als-forschungsobjekt-wissenschaftler-prophezeit-den-dschungel-koenig_id_3542150.html), (aufgerufen am 05.05.14)

asklubo.com (Hrsg.): Stefan Raab und sein Ehrgeiz - Deswegen ist er so schwer zu schlagen.

In: <http://www.asklubo.com/de/unterhaltung/stefan-raab-und-sein-ehrgeiz-deswegen-ist-er-so-schwer-zu-schlagen>, (aufgerufen am 04.06.14)

Bauer Media Group (Hrsg.): Barbara Schöneberger: "Thomas Gottschalk ist der Gott meiner Kindheit und Jugend."

In: <http://www.bauermedia.com/de/presse-aktuelles-single/back/178/page/26/hash/28025e6802/news/xuid2789-barbara-schoeneberger-thomas-gottschalk-ist-der-gott-meiner-kindheit-und-jugend/>, (aufgerufen am 14.05.14)

bild.de (Hrsg.): Deutsches Fräulein-Wunder.

In: <http://www.bild.de/themen/personen/barbara-schoeneberger/fotos-video-starnews-19689738.bild.html>, (aufgerufen am 17.05.14)

bild.de (Hrsg.): „Die 2“-Quoten auf Samstagabend-Nivea. 7 Gründe, warum Gottschalk und Jauch unschlagbar sind.

In: <http://www.bild.de/unterhaltung/tv/die-2/7-gruende-warum-gottschalk-jauch-im-doppelpack-unschlagbar-sind-32719346.bild.html>, (aufgerufen am 23.05.14)

B.Z. (Hrsg.): Gottschalk und Jauch. Müssen Show-Dinos wirklich Pro7 kopieren?

In: <http://www.bz-berlin.de/artikel-archiv/muessen-show-dinos-wirklich-pro7-kopieren>, (aufgerufen am 03.06.14)

Boldt, Klaus; Hage, Simon: Germany's next Topmanager.

In: <http://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/a-784092-5.html>, (aufgerufen am 26.04.14)

Brown, Colin: Know What You've Got: How to Package Any Movie for Financing.

In: <http://www.indiewire.com/article/know-what-youve-got-how-to-package-any-movie-for-financing>, (aufgerufen am 22.05.14)

Buß, Christian; Zinser, Daniela: Voyeurismus-Fernsehen: Öffnen Sie dieser Frau nie die Tür!

In: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/voyeurismus-fernsehen-oeffnen-sie-dieser-frau-nie-die-tuer-a-775332.html>, (aufgerufen am 05.05.14)

DasErste.de (Hrsg.): Thomas Gottschalk und die ARD vereinbaren Zusammenarbeit.  
"Tagesshow" viermal die Woche.  
In: [http://www.daserste.de/root/allround\\_dyn~uid,lo431moe8rcgcvuq~cm.asp](http://www.daserste.de/root/allround_dyn~uid,lo431moe8rcgcvuq~cm.asp),  
(aufgerufen am 13.05.14)

DasErste.de (Hrsg.): Über Günther Jauch.  
In: [http://daserste.ndr.de/guentherjauch/guenther\\_jauch/](http://daserste.ndr.de/guentherjauch/guenther_jauch/), (aufgerufen am 09.05.14)

Die Welt (Hrsg.): Günther Jauch. Moderator, Showmaster und Produzent.  
In: <http://www.welt.de/vermischtes/article1320674/GUeNTHER-JAUCH.html>,  
(aufgerufen am 13.05.14)

Dowideit, Anette; Fuest, Benedikt: Der Grund, warum Fernsehen immer schlechter wird.  
In: <http://www.welt.de/wirtschaft/article125445057/Der-Grund-warum-Fernsehen-immer-schlechter-wird.html>, (aufgerufen am: 05.05.14)

Duden (Hrsg.): Moderator, der.  
In: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Moderator>, (aufgerufen am 15.05)

Ehrich, Lars Peter: Wer Wird Millionär. Itzehoer Erfolg bei Günther Jauch.  
In: <http://www.shz.de/lokales/norddeutsche-rundschau/itzehoer-erfolg-bei-guenther-jauch-id5550576.html>, (aufgerufen am 11.05.14)

express.de (Hrsg.): ARD Zuschauer haben gewählt. Gottschalk ist Deutschlands beliebtester Showmaster.  
In: <http://www.express.de/promi-show/ard-zuschauer-haben-gewaehlt-gottschalk-ist-deutschlands-beliebtester-showmaster,2186,11215050.html>, (aufgerufen am 13.05.14)

Frank, Arno: Show mit Gottschalk und Jauch: Günne und Tommy gegen die Republik.  
In: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/tv-kritik-so-lief-die-2-gottschalk-und-jauch-gegen-alle-a-921325.html>, (aufgerufen am 18.05.14)

Freytag, Bernd: Der beliebteste Deutsche. Günther Jauch wird Winzer.  
In: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/der-beliebteste-deutsche-guenther-jauch-wird-winzer-1939025.html>, (aufgerufen am 09.05.14)

Focus Online (Hrsg.): Medien. Löst eine Promi-Spielshow-Lawine die Castingshow-Flut ab?.  
In: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/medien-loest-eine-promi-spielshow-lawine-die-casting-show-flut-ab\\_aid\\_1093312.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/medien-loest-eine-promi-spielshow-lawine-die-casting-show-flut-ab_aid_1093312.html), (aufgerufen am 26.04.14)

Focus Online (Hrsg.): Traum-Duo für RTL. Jauch und Gottschalk machen wieder gemeinsame Sache.  
In: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/traum-duo-fuer-rtl-jauch-und-gottschalk-machen-wieder-gemeinsame-sache\\_aid\\_995777.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/traum-duo-fuer-rtl-jauch-und-gottschalk-machen-wieder-gemeinsame-sache_aid_995777.html), (aufgerufen am 06.05.14)

Gantzkow, Sven: Improvisierter Joker stiehlt Schöneberger die Show.  
In: <http://www.welt.de/fernsehen/article13403172/Improvisierter-Joker-stiehlt-Schoeneberger-die-Show.html>, (aufgerufen am 14.05.14)

Gassner, Laura: Günther Jauch – das Phänomen des Everybody's darling.  
In: <http://backview.eu/guenter-jauch-das-phaenomen-des-everybodys-darling/>,  
(aufgerufen am: 09.05.14)

Gasteiger, Carolin: TV-Moderatoren - Wer hat Zukunft im deutschen Fernsehen?.  
In: <http://www.sueddeutsche.de/medien/zukunft-der-tv-moderatoren-wer-hat-zukunft-im-deutschen-fernsehen-1.1336420-2>, (aufgerufen am 13.05.14)

GEZ (Hrsg.): GEZ-Geschäftsbericht 2012.  
In: <http://www.rundfunkbeitrag.de/e1645/e2461/GB2012.pdf>, (aufgerufen am 27.05.14)



GottschalkTV (Hrsg.): Gottschalk Live - 20.03.2012.

In: <https://www.youtube.com/watch?v=WYoPZbu3KfQ>, (aufgerufen am 14.05.14)

Grzeschik, David: „Schlag den Raab“ mit besseren Quoten als „DSDS“.

In: <http://www.quotenmeter.de/n/69062/schlag-den-raab-mit-besseren-quoten-als-dsds>, (aufgerufen am 30.05.14)

Handelsblatt (Hrsg.): Mrs. Multitalent, „Blondes Gift“ und Rampensau.

In: <http://www.handelsblatt.com/panorama/aus-aller-welt/barbara-schoeneberger-wird-40-mrs-multitalent-blondes-gift-und-rampensau/9571180.html>, (aufgerufen am 15.05.14)

Handelsblatt (Hrsg.): Werbefernsehsender. RTL Group steigert immens seinen Umsatz.

In: <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/werbefernsehsender-rtl-group-steigert-immens-seinen-umsatz/8215452.html>, (aufgerufen am 06.05.14)

Hanfeld, Michael: Gottschalk und Jauch gegen alle. Deutschland ist ja auch zu dumm.

In: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/tv-kritik/gottschalk-und-jauch-gegen-alle-deutschland-ist-ja-auch-zu-dumm-12567201.html>, (aufgerufen am 03.06.14)

Hauser, Jan: Studienabbrecherin Schöneberger: Durch die Uni wie ein kopfloses Huhn.

In: <http://www.spiegel.de/unispiegel/wunderbar/studienabbrecherin-schoeneberger-durch-die-uni-wie-ein-kopfloses-huhn-a-631526.html>, (aufgerufen 15.05.14)

Heidböhmer, Carsten: "Gottschalk Live!". Vier Gründe, warum Thommy scheitern wird.

In: <http://www.stern.de/kultur/tv/gottschalk-live-vier-gruende-warum-thommy-scheitern-wird-1784010.html>, (aufgerufen am 13.05.14)

Hejny, Mathias: Show auf RTL. "Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen alle": Die Kritik.

In: <http://www.abendzeitung-muenchen.de/inhalt.show-auf-rtl-die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-die-kritik.b8118075-8766-491d-8d43-f7ccfd67c2e1.html>, (aufgerufen am 06.06.14)

Hielscher, Henryk: Studienabbrecher Günther Jauch: Das ganze Leben ist ein Quiz.

In: <http://www.spiegel.de/unispiegel/studium/studienabbrecher-guenther-jauch-das-ganze-leben-ist-ein-quiz-a-348727.html>, (aufgerufen am 09.05.14)

HNA.de (Hrsg.): Wieso RTL mit dem Dschungel so erfolgreich ist.

In: <http://www.hna.de/nachrichten/leute/fernsehen/wieso-dschungel-erfolgreich-1097154.html>, (aufgerufen am 05.05.14)

Horbelt, Benjamin: RTL-Chef Hoffmann: „Können keine Hits auf dem Reißbrett entwickeln“.

In: <http://www.quotenmeter.de/n/64937/rtl-chef-hoffmann-koennen-keine-hits-auf-dem-reissbrett-entwickeln>, (aufgerufen am 05.05.14)

Horizont.net (Hrsg.): TV Quoten. "Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen alle" lockt fast 7 Millionen Zuschauer an.

In: [http://www.horizont.net/marktdaten/tvquoten/pages/Die-2---Gottschalk-und-Jauch-locken-fast-7-Millionen-Zuschauer-an\\_5785.html](http://www.horizont.net/marktdaten/tvquoten/pages/Die-2---Gottschalk-und-Jauch-locken-fast-7-Millionen-Zuschauer-an_5785.html), (aufgerufen am 27.05.14)

Horizont.net (Hrsg.): TV-Quoten. Gottschalk und Jauch setzen ihre Talfahrt fort.

In: [http://www.horizont.net/marktdaten/tvquoten/pages/Gottschalk-und-Jauch-setzen-ihre-Talfahrt-fort\\_5909.html](http://www.horizont.net/marktdaten/tvquoten/pages/Gottschalk-und-Jauch-setzen-ihre-Talfahrt-fort_5909.html), (aufgerufen am 23.04.14)

Huber, Joachim: Interview mit Gottschalk und Jauch. „Günther ist der Schlaue, ich bin der Hübsche“.

In: <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/interview-mit-gottschalk-und-jauch-guenther-ist-der-schlaue-ich-bin-der-huebsche/8759144.html>, (aufgerufen am 23.05.14)

i&u TV (Hrsg.): Aktuelle Produktionen.

In: <https://iutv.de/produktionen>, (aufgerufen am 26.04.14)

i&u TV (Hrsg.): Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen ALLE. Beschreibung.  
In: <https://iutv.de/produktion/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle>, (aufgerufen am 26.04.14)

i&u TV (Hrsg.): Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen ALLE. Rückblick.  
In: <https://iutv.de/produktion/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle>, (aufgerufen am 26.04.14)

i&u TV (Hrsg.): Profil.  
In: <https://iutv.de/profil>, (aufgerufen am 26.04.14)

Juknat, Ingo: RTL-Format. Gottschalk und Jauch von "Die 2" - Konzept bei RTL überfordert.  
In: <http://www.derwesten.de/kultur/fernsehen/gottschalk-und-jauch-von-die-2-konzept-bei-rtl-ueberfordert-id8424200.html>, (aufgerufen am 02.06.14)

Keller, Harald: TV-Kritik: „Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE“. Show-Marathon mit Doppelspitze.  
In: <http://www.fr-online.de/tv-kritik/tv-kritik---die-2---gottschalk---jauch-gegen-alle---show-marathon-mit-doppelspitze,1473344,24261794.html>, (aufgerufen am: 04.06.14)

Kissler, Alexander: Aus für „Gottschalk live“. Blond gelocktes Problem verlässt Dauerbaustelle.  
In: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/aus-fuer-gottschalk-live-blond-gelocktes-problem-ver-laesst-dauerbaustelle\\_aid\\_739566.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/aus-fuer-gottschalk-live-blond-gelocktes-problem-ver-laesst-dauerbaustelle_aid_739566.html), (aufgerufen am 13.05.14)

Köhler, Nadia; Holzhaue, Ariane: Thomas Gottschalk wird sechzig. Die Supernase der Nation.  
In: <http://www.stuttgarter-zeitung.de/inhalt.thomas-gottschalk-wird-sechzig-die-supernase-der-nation.07e5f468-5e17-45ea-bf69-57cb53cbfe4b.html>, (aufgerufen am 13.05.14)

Kölner Stadt-Anzeiger (Hrsg.): Barbara Schöneberger moderiert „Blondes Gift“ im WDR.  
In: <http://www.ksta.de/home/barbara-schoeneberger-moderiert--blondes-gift--im-wdr,15189516,14393774.html>, (aufgerufen am 15.05.14)

Krei, Alexander: Chaos nach RTL-Umstellung. Streit um die Zielgruppe: Bringt 14-59 die Lösung?  
In: [http://www.dwdl.de/magazin/39866/streit\\_um\\_die\\_zielgruppe\\_bringt\\_1459\\_die\\_loesung/](http://www.dwdl.de/magazin/39866/streit_um_die_zielgruppe_bringt_1459_die_loesung/), (aufgerufen am 05.05.14)

Krei, Alexander: "Die 2" bei RTL: Gottschalk, Jauch und lange nichts.  
In: [http://www.dwdl.de/meinungen/42509/die\\_2\\_bei\\_rtl\\_gottschalk\\_jauch\\_und\\_lange\\_nichts/](http://www.dwdl.de/meinungen/42509/die_2_bei_rtl_gottschalk_jauch_und_lange_nichts/), (aufgerufen am 12.06.14)

media.net berlinbrandenburg (Hrsg.): 31. mediengipfel: Der Alleskönner - Polittalker. Quotenkönig. Erfolgsproduzent.  
In: [http://www.medianet-bb.de/EN/id364aid220o0\\_rueckschau.html](http://www.medianet-bb.de/EN/id364aid220o0_rueckschau.html), (aufgerufen am 09.05.14)

Mantel, Uwe: Gefragte Wiedervereinigung. "Die 2": Starker Einstand für Gottschalk und Jauch.  
In: [http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/42511/die\\_2\\_starker\\_einstand\\_fuer\\_gottschalk\\_und\\_jauch/](http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/42511/die_2_starker_einstand_fuer_gottschalk_und_jauch/), (aufgerufen am 23.04.14)

Mantel, Uwe: Wie viele Zuschauer bleiben? "Gottschalk Live": Ordentlicher Start, doch reicht das?  
In: [http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/34532/gottschalk\\_live\\_ordentlicher\\_start\\_doch\\_reicht\\_das/](http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/34532/gottschalk_live_ordentlicher_start_doch_reicht_das/), (aufgerufen am 13.05.14)

Mediengruppe RTL Deutschland: Willkommen bei der Mediengruppe RTL Deutschland.  
In: <http://www.mediengruppe-rtl.de/de/pub/startseite.cfm>, (aufgerufen am 04.05.14)

Medienparks NRW (Hrsg.): Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen ALLE.  
In: <http://www.medienparks.de/de/news-archiv/items/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle.html>, (aufgerufen am 26.04.14)

Meedia (Hrsg.): RTL-Show: Gottschalk & Jauch gegen Alle.  
In: <http://meedia.de/2013/07/01/rtl-show-gottschalk-jauch-gegen-alle/>, (aufgerufen am 03.06.14)

mo2 design (Hrsg.): Leistungen. Visionen erlebbar machen.  
In: <http://mo2.de/leistungen/gestaltung/>, (aufgerufen am 20.05.14)

mo2 design (Hrsg.): Projekte aus den Bereichen TV.  
In: <http://mo2.de/projekte/tv/>, (aufgerufen am 03.06.14)

NDR.de (Hrsg.): Die NDR Talk Show Story.  
In: [http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/ndr\\_talk\\_show/geschichte/](http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/ndr_talk_show/geschichte/),  
(aufgerufen am 16.05.14)

Nyary, Josef: Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE.  
In: <http://www.nyaryum.de/17352-Die-2-Gottschalk-Jauch-gegen-ALLE>,  
(aufgerufen am 17.05.14)

Oelmann, Sabine: Ballerbabs, Playmobil-Helm & Pilzkopf-Günni. Gottschalk und Jauch versammeln es in letzter Sekunde.  
In: <http://www.n-tv.de/leute/film/Die-2-Thomas-Gottschalk-und-Guenther-Jauch-Zweite-Ausgabe-verliert-Zuschauer-und-siegt-trotzdem-article11501776.html>, (aufgerufen am 17.05.14)

oe24.at (Hrsg.): Gottschalk & Jauch kämpfen gegen alle. Die beiden Entertainer treten wieder gemeinsame gegen eine Nation an.  
In: <http://www.oe24.at/tv/Gottschalk-Jauch-kaempfen-gegen-alle/118307988>,  
(aufgerufen am 23.05.14)

Peters, Bernd: Wir Erklären die Jauch-Gottschalk-Show. Thommy: „Günther ist der Schlaue, ich bin der Hübsche“.  
In: <http://www.express.de/promi-show/wir-erklaeren-die-jauch-gottschalk-show-thommy---guenther-ist-der-schlaue--ich-bin-der-huebsche-,2186,24247346.html>, (aufgerufen am: 22.05.14)

Peters, Bernd; May, Sebastian: Zu wenig Fragen, Schummelei. Jauch-Gottschalk-Show "Die 2" wird zur Pannen-Serie.  
In: <http://www.express.de/promi-show/zu-wenige-fragen--schummelei-jauch-gottschalk-show--die-2--wird-zur-pannen-serie,2186,26084130.html>, (aufgerufen am 02.06.14)

Powelz, Mike: Neue RTL-Show "Die 2". Treten Sie gegen Jauch und Gottschalk an!  
In: <http://www.hoerzu.de/unterhaltung/aktuelles/treten-sie-gegen-jauch-und-gottschalk-an>,  
(aufgerufen am 23.05.14)

Pramstaller, Christopher: Das Phänomen Günther Jauch. Deutschlands Fernseh-Präsident.  
In: <http://www.sueddeutsche.de/medien/das-phaenomen-guenther-jauch-deutschlands-fernseh-praesident-1.1274003>, (aufgerufen am 11.05.14)

ProSieben (Hrsg.): So funktioniert Schlag den Raab.  
In: <http://www.prosieben.de/tv/schlag-den-raab/show>, (aufgerufen am 03.06.14)

Radel, Inga: "Mrs. Multitalent" Barbara Schöneberger feiert 40. Geburtstag.  
In: <http://www.abendblatt.de/vermischtes/article125410763/Mrs-Multitalent-Barbara-Schoeneberger-feiert-40-Geburtstag.html>, (aufgerufen am 14.05.14)

Richter, Christian: Der Fernsehfriedhof: Gottschalks normaler Wahnsinn des Alltags.  
In: <http://www.quotenmeter.de/n/57289/der-fernsehfriedhof-gottschalks-normaler-wahnsinn-des-alltags>, (aufgerufen am 15.05.14)

Rosenfelder, Andreas: Gottschalk und Jauch. "Ist das ein Pornoproduzent oder ein Intellektueller?"

In: <http://www.welt.de/kultur/medien/article119788323/Ist-das-ein-Pornoproduzent-oder-ein-Intellektueller.html>, (aufgerufen am 04.06.14)

Rottmann, Kerstin: Menschenflüsterer für Millionen.

In: [www.netzeitung.de/entertainment/people/303355.html](http://www.netzeitung.de/entertainment/people/303355.html), (aufgerufen am 11.05.14)

RTL (Hrsg.): Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Barbara Schöneberger zeigt eine sexy Tanzeinlage.

In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-barbara-schoeneberger-zeigt-eine-sexy-tanzeinlage-3a31b-bb8c-97-1873589.html>, (aufgerufen am 17.05.14)

RTL (Hrsg.): Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Die dritte Show am 3. Februar 2014.

In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-die-dritte-show-am-3-februar-2014-35a92-bb8c-34-1743823.html>, (aufgerufen am 28.05.2014)

RTL (Hrsg.): Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Die Spendenziele.

In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-die-spendenziele-38d08-bb8c-21-1832252.html>, (aufgerufen am 04.05.14)

RTL (Hrsg.): Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Diese süßen Tiere begeistern die Show-Giganten.

In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-diese-suessen-tiere-begeistern-die-show-giganten-3a334-bb8c-88-1873779.html>, (aufgerufen am 20.05.14)

RTL (Hrsg.): Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen ALLE: Show-Giganten verlieren im Finale.

In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-show-giganten-verlieren-im-finale-35a92-bb8c-12-1658392.html>, (aufgerufen am 03.05.14)

RTL (Hrsg.): 5 gegen Jauch: So wollen die Promis spenden.

In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/5-gegen-jauch/spendenziele-der-promis-2103.html>, (aufgerufen am 03.06.14)

RTL (Hrsg.): Gottschalk & Jauch zeigen vollen Körpereinsatz.

In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/videos.html>, (aufgerufen am 23.05.14)

RTL Kommunikation (Hrsg.): Zuschauermarkt. RTL ist die klare Nummer eins bei den 14- bis 59-jährigen Zuschauern.

In: [http://kommunikation.rtl.de/de/pub/unternehmen/i198\\_1.cfm](http://kommunikation.rtl.de/de/pub/unternehmen/i198_1.cfm), (aufgerufen am 05.05.14)

Sanchez, Manuel Nunez: "Die 2" mit weiteren Verlusten.

In: <http://www.quotenmeter.de/n/68824/die-2-mit-weiteren-verlusten>, (aufgerufen am 27.05.14)

Sanchez, Manuel Nunez: "Die 2" wieder im Aufwind.

In: <http://www.quotenmeter.de/n/70165/die-2-wieder-im-aufwind>, (aufgerufen am 26.05.14)

Sanchez, Manuel Nunez: "5 gegen Jauch" auf solidem Niveau.

In: <http://www.quotenmeter.de/n/60974/5-gegen-jauch-auf-solidem-niveau>, (aufgerufen am 30.05.14)

Sanchez, Manuel Nunez: Wetten, dass..? kann Marktanteile stabilisieren.

In: <http://www.quotenmeter.de/n/62274/wetten-dass-kann-marktanteile-stabilisieren>, (aufgerufen am 13.05.14)

Schering, Sidney: Gottschalk & Jauch gegen das lahme Konzept.

In: <http://www.quotenmeter.de/n/66033/gottschalk-jauch-gegen-das-lahme-konzept>,  
(aufgerufen am 31.05.14)

Schering, Sidney: Primetime-Check: Montag, 7. Oktober 2013.

In: <http://www.quotenmeter.de/n/66606/primetime-check-montag-7-oktober-2013>,  
(aufgerufen am 27.05.14)

Schröder, Jens: Starke Verluste: "Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen Alle" bricht ein.

In: <http://mmedia.de/2014/03/11/deutliche-verluste-die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-bricht-ein/>,  
(aufgerufen am 26.05.14)

Scholz, Thomas: FAZ.NET-Fernsehkritik: NDR Talk Show. Schöneberger spielte nur die zweite Geige.

In: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/faz-net-fernsehkritik-ndr-talk-show-schoeneberger-spielte-nur-die-zweite-geige-1513039.html>, (aufgerufen am 18.05.14)

schwäbische.de (Hrsg.): Die Promi-Geburtstage vom 05. März 2007: Barbara Schöneberger.

In: [http://www.schwaebische.de/home\\_artikel,-\\_arid,1901247.html](http://www.schwaebische.de/home_artikel,-_arid,1901247.html), (aufgerufen am 15.05.14)

Sichtermann, Barbara: "Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen alle". Game-Quatsch mit Showstars.

In: <http://www.tagesspiegel.de/medien/die-2-gottschalk-und-jauch-gegen-alle-game-quatsch-mit-showstars/8899964.html>, (aufgerufen am 27.05.14)

Spick Mich: Der erfolgreichste deutsche Sender ist....

In: <http://www.spickmich.de/news/201201010900-der-erfolgreichste-deutsche-sender-ist>,  
(aufgerufen am 04.05.14)

Spiegel Online (Hrsg.): Uni-Aussteiger: Prominente Abbrecher aus der Medienwelt.

In: <http://www.spiegel.de/fotostrecke/uni-aussteiger-prominente-abbrecher-aus-der-medienwelt-fotostrecke-7730-3.html>, (aufgerufen am 09.05.14)

Spiegel Online Kultur ((Hrsg.): "Wetten, dass..?": Auf der Zielgeraden mit Top-Quote.

In: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/wetten-dass-auf-der-zielgeraden-mit-top-quote-a-796130.html>, (aufgerufen am 30.05.14)

Strobel, Beate: "Die 2 - Gottschalk & Jauch gegen alle". Wenn Jauch mit Gottschalk an der Studiotechnik scheitert.

In: [http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/focus-fernsehclub/dummy-neu-tv-kolumne-dummy-neu-tv-kolumne\\_id\\_3588748.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/focus-fernsehclub/dummy-neu-tv-kolumne-dummy-neu-tv-kolumne_id_3588748.html), (aufgerufen am 02.06.14)

Thyssen, Stefanie: Schöneberger über Jauch & Gottschalk. "Die 2": Das Geheimnis ihrer Freundschaft.

In: <http://www.tz.de/tv/schoeneberger-ueber-neue-rtl-show-jauch-gottschalk-3095233.html>,  
(aufgerufen am 16.05.14)

T-Online.de (Hrsg.): "Die 2"-Premiere. Jauch und Gottschalk langweilten mit Improvisations-Fernsehen.

In: [http://www.t-online.de/unterhaltung/tv/id\\_65384536/-die-2-thomas-gottschalk-und-guenther-jauch-langweilen-mit-rtl-show.html](http://www.t-online.de/unterhaltung/tv/id_65384536/-die-2-thomas-gottschalk-und-guenther-jauch-langweilen-mit-rtl-show.html), (aufgerufen am 02.06.14)

T-Online.de (Hrsg.): Medien. Leergut und Haribu: Jauch und Gottschalk gewinnen Show.

In: [http://www.t-online.de/unterhaltung/stars/id\\_65387702/-die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-rtl-show-spaltet-fans-auf-facebook.html](http://www.t-online.de/unterhaltung/stars/id_65387702/-die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-rtl-show-spaltet-fans-auf-facebook.html), (aufgerufen am 04.06.14)

TVProgramm24.com (Hrsg.): SENDUNGSARCHIV MONTAG, 09. SEPTEMBER 2013.

In: <http://www.tv-media.at/programm/SAT1/2013-09-09>, (aufgerufen am 27.05.14)

TVProgramm24.com (Hrsg.): TV-Programm Mo. 02.06.2014 (Hauptsender).  
In: <http://www.tvprogramm24.com/2014-06-02/index.html>, (aufgerufen am 27.05.14)

von Uslar, Moritz: 99 Fragen an Barbara Schöneberger.  
In: <http://www.zeit.de/2013/51/99-fragen-barbara-schoeneberger/seite-3>,  
(aufgerufen am 15.05.14)

Was War Wann? (Hrsg.): Biografie Barbara Schöneberger Lebenslauf.  
In: <http://www.was-war-wann.de/personen/barbara-schoeneberger.html>,  
(aufgerufen am 15.05.14)

WAZ (Hrsg.): Forsa-Umfrage: TV-Moderator Markus Lanz stürzt im Sympathieranking ab.  
In: <http://www.derwesten.de/kultur/fernsehen/tv-moderator-markus-lanz-stuerzt-im-sympathieranking-ab-id8926154.html>, (aufgerufen am 15.05.14)

WAZ (Hrsg.): RTL polarisiert mit "Babyboom" - 30 Kameras filmen Geburten im Kreissaal.  
In: <http://www.derwesten.de/kultur/fernsehen/rtl-polarisiert-mit-babyboom-30-kameras-filmen-geburten-im-kreissaal-id7654261.html>, (aufgerufen am 05.05.14)

WAZ (Hrsg.): RTL-Show. Jauch und Gottschalk machen bei RTL-Format „Die 2“ gute Mienen zum langweiligen Spiel.  
In: <http://www.derwesten.de/kultur/fernsehen/jauch-und-gottschalk-machen-bei-rtl-format-die-2-gute-mienen-zum-langweiligen-spiel-id8537523.html>, (aufgerufen am 04.06.14)

WDR (Hrsg.): 1. April 1998 - Der "Torfall von Madrid". "Das glaubt uns kein Mensch".  
In: <http://www1.wdr.de/themen/archiv/stichtag/stichtag7378.html>,  
(aufgerufen am 08.05.14)

Who's Who (Hrsg.): Günther Jauch. Biografie.  
In: [http://www.whoswho.de/templ/te\\_bio.php?PID=629&RID=1](http://www.whoswho.de/templ/te_bio.php?PID=629&RID=1), (aufgerufen am 09.05.14)

Who's Who (Hrsg.): Thomas Gottschalk. Biografie.  
In: [http://www.whoswho.de/templ/te\\_bio.php?PID=226&RID=1](http://www.whoswho.de/templ/te_bio.php?PID=226&RID=1), (aufgerufen am 13.05.14)

Wilson-Brown, Saskia: Saskia's Guide to Producing: The Film Package.  
In: <http://workbookproject.com/newbreed/2011/01/19/saskias-guide-to-producing-the-film-package/>, (aufgerufen am 22.05.14)

Wolfsburger Allgemeine Zeitung (Hrsg.): "Günther Jauch ist sehr sympathisch".  
In: <http://www.waz-online.de/Wolfsburg/Wolfsburg/Stadt-Wolfsburg/Guenther-Jauch-ist-sehr-sympathisch>, (aufgerufen am 11.05.14)

Zapper, Frank: „Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen alle“: Viele Kalauer, kein Konzept.  
In: <https://de.tv.yahoo.com/blogs/tv-kritik/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-viele-kalauer-072815475.html>, (aufgerufen am 12.06.14)

ZDF ML Mona Lisa (Hrsg.): Barbara Schöneberger hinterm Rampenlicht. Über ihr wahres Ich und was das Leben ausmacht.  
In: <http://www.zdf.de/ml-mona-lisa/barbara-schoeneberger-hinterm-rampenlicht-28786584.html>,  
(aufgerufen am 16.05.14)

Zeit Online (Hrsg.): ZDF-Show. "Wetten, dass...?" wird eingestellt.  
In: <http://www.zeit.de/kultur/film/2014-04/wetten-dass-wird-abgesetzt>,  
(aufgerufen am 27.05.14)

o. A., Catarina: 'Die 2 - Gottschalk und Jauch gegen alle' - So war die Show. Ein Hoch auf die Männerfreundschaft. In: <http://www.ok-magazin.de/entertainment/tv/20585/die-2-gottschalk-und-jauch-gegen-alle--so-war-die-show>, (aufgerufen am 27.05.14)

o.A., Jän: Barbara Schöneberger: Das "Blonde Gift" ist wieder Single.  
In: <http://www.welt.de/print-welt/article339699/Barbara-Schoeneberger-Das-Blonde-Gift-ist-wieder-Single.html>, (aufgerufen am 15.05.14)

o.A., Letterbox: „Die 2 – Gottschalk & Jauch gegen ALLE“ – Versionsgeschichte.  
In: [http://de.wikipedia.org/wiki/Die\\_2\\_-\\_Gottschalk\\_%26\\_Jauch\\_gegen\\_ALLE](http://de.wikipedia.org/wiki/Die_2_-_Gottschalk_%26_Jauch_gegen_ALLE), (aufgerufen am 27.05.14)

o.A., s2thenn (gewählter Nutzernamen): Keine Schonfrist für Fernsehformate und Mitarbeiter.  
In: <http://weblog.medienwissenschaft.de/archives/5278>, (aufgerufen am 27.05.14)

## **BILDNACHWEIS**

Brandt, Mathias: RTL auf dem absteigendem Ast.  
In: <http://de.statista.com/infografik/1145/marktanteile-der-fuehrenden-privatsender/>,  
(aufgerufen am 07.05.14)

Circus HalliGalli (Hrsg.): Das war's für heute. Liebe Grüße aus Deutschlands staubigstem Studio! #HalliGalli.  
In: <https://twitter.com/halligalli/status/316312679595798530>, (aufgerufen am 21.05.14)

Fabian: Primetime-Check: Montag, 14. April 2014.  
In: <http://www.quotenmeter.de/n/70168/primetime-check-montag-14-april-2014>,  
(aufgerufen am 26.05.14)

mo2 design (Hrsg.): aktuelle Projekte aus allen Bereichen.  
In: <http://mo2.de/projekte/page/2/>, (aufgerufen am 20.05.14)

RTL (Hrsg.): 60.000 Euro für Studiokandidat. Gottschalk und Jauch teilen den Gewinn.  
In: <http://www.rtl.de/cms/sendungen/show/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle/die-2-gottschalk-jauch-gegen-alle-show-giagnten-teilen-den-gewinn-mit-studiokandidat-thomas-3746e-bb8c-65-1789780.html>, (aufgerufen am 21.05.14)

RTL Kommunikation (Hrsg.): Zuschauermarkt. RTL ist die klare Nummer eins bei den 14- bis 59-jährigen Zuschauern.  
In: [http://kommunikation.rtl.de/de/pub/unternehmen/i198\\_1.cfm](http://kommunikation.rtl.de/de/pub/unternehmen/i198_1.cfm), (aufgerufen am 05.05.14)

Sanchez, Manuel Nunez: "Die 2" wieder im Aufwind.  
In: <http://www.quotenmeter.de/n/70165/die-2-wieder-im-aufwind>, (aufgerufen am 26.05.14)

## **SONSTIGE QUELLEN**

„Die 2 Gottschalk & Jauch gegen ALLE“-Sendungen vom:

- 09.09.2013
- 07.10.2013
- 03.03.2014
- 14.04.2014

## 7. EIGENSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Seftel, Luisa